

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(НИУ «БЕЛГУ»)**

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ

КАФЕДРА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

**СОВРЕМЕННЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК В УСЛОВИЯХ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ**

Магистерская диссертация
обучающегося по направлению подготовки 38.04.01 Экономика
заочной формы обучения, группы 06001574
Беланова Дмитрия Юрьевича

Научный руководитель:
к.э.н., доц. Сивцова Н.Ф.

Рецензент:
Профессор кафедры учета, анализа
и аудита НИУ «БелГУ», доктор
экономических наук Л.А. Зимакова

Белгород 2018

АННОТАЦИЯ

Нестабильная экономическая ситуация и эмбарго повлекли за собой изменения во многих отраслях экономики России. Потребительский рынок не является исключением. В диссертационной работе исследуется влияние западных санкций на региональный потребительский рынок России на примере Белгородской области.

Целью диссертационной работы является комплексное исследование изменений потребительского рынка, проявляющихся под воздействием западных санкций, и прогнозирование его дальнейшего развития. Объектом исследования является региональный потребительский рынок. Предметом выступают социальные, экономические и организационные отношения потребительского рынка региона, проявляющиеся в условиях современных санкций.

К наиболее значимым результатам исследования можно отнести: оценку состояния и развитие потребительского рынка региона под воздействием санкций; выявление в регионе наиболее эффективных мер противодействию влиянию экономических санкций; разработку практических рекомендации по совершенствованию региональной экономической политики регулирования потребительского рынка.

ABSTRACT

Unstable economic situation and embargo caused changes in many sectors of the Russian economy. The consumer market is not an exception. In the dissertation assesses the impact of Western sanctions on the regional Russian consumer market by the case of the Belgorod region.

The purpose of the research is comprehensively study the changes in the consumer market that are appeared under the impact of Western sanctions and forecast its further development. The object of the study is the regional consumer market. The subject is the social, economic and organizational relations of the consumer market of the region, happened because of the modern sanctions.

The most significant results of the research include: an assessment of the state of the consumer market in the region under the influence of sanctions; the identification of the most effective measures in the region to counteract the impact of economic sanction; the development of practical recommendations to improve the regional economic policy of regulating the consumer market.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Потребительский рынок как ключевое звено реализации рыночно-экономического развития	9
1.1. Исторический аспект становления и развития потребительского рынка в России.....	9
1.2. Модели и механизмы действия законов спроса и предложения на потребительском рынке.....	17
1.3. Нормативно правовая база регулирования потребительского рынка и потребительского поведения	28
Глава 2. Особенности развития регионального потребительского рынка в условиях экономических санкций (на примере Белгородской области).....	40
2.1. Анализ тенденций развития потребительского рынка России на региональном уровне	40
2.2. Влияния экономических санкций на развитие потребительского рынка региона	49
2.3. Оценка государственных программ и проектной деятельности региона, направленных на противодействие экономическим санкциям.....	56
Глава 3. Проблемы и направления совершенствования политики регулирования регионального потребительского рынка в системе экономических санкций (на примере Белгородской области)	78
3.1. Основные направления региональной политики в части решения экономических проблем, вызванных введением экономических санкций.....	78
3.2. Методические рекомендации по совершенствованию региональной экономической политики регулирования потребительского рынка.....	90
Заключение	100
Список литературных источников	104
Приложение	119

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В современном мире актуальна тенденция возрастания числа применения экономических санкций. В первую очередь, это происходит из-за глобализации международных экономических процессов, характеризующихся возрастающей степенью интенсивной интеграции как рынков товаров и услуг, так и капиталов. Следствием углубления взаимодействия национальных экономик большинства государств, интернационализации финансового и производственного капитала является усиливающая взаимосвязанность государств диверсифицированными связями экономического сотрудничества, от нормального функционирования которых зависят их жизненные интересы. Общеизвестно, что сегодня стабильное положение государства определяется, в первую очередь, уровнем развития его экономики. В этой связи, прекращение или ограничение экономических отношений может иметь существенные последствия для нормального функционирования государства. Экономические санкции, введенные США и Евросоюзом были направлены на ключевые отрасли российской экономики: государственные финансовые институты и энергетику. Были наложены ограничения на финансирование государственных банков со стороны США и Европы, а также на предоставление технологий энергетическим предприятиям.

В текущем конфликте Запад – Россия уже используется значительный перечень санкционных мер, которые вызвали существенные негативные последствия в российской экономике и финансах, начинают изменять социально политический климат внутри страны. Однако, эффект санкций накапливается и находит свое отражение в секторе потребительского рынка, так как именно он, в силу особенностей демографии, физиологии и самого своего места в конце производственной цепочки остается одним из наиболее устойчивых к рискам экономического развития секторов экономики.

На современном этапе социально-экономического развития общества

потребительский рынок стал одним из ключевых индикаторов многих трансформационных процессов, происходящих в стране и показывающих уровень развития предпринимательской активности, общества и государства в целом. Поэтому проблемы стабилизации и развития потребительского рынка России и её субъектов в современных условиях приобретают особую значимость.

Степень научной разработанности проблемы. В экономической науке накоплен фундаментальный запас знаний о сущности и содержании понятия «потребительский рынок», а также опубликовано значительное количество трудов об исследовании состояния и развития потребительского рынка при проведении анализа социально-экономического развития региона, о формах и методах его исследования.

В работе нашли отражение вклады в теоретические аспекты исследования проблем и самого понятия «потребительский рынок» таких ведущих ученых как В.Н. Афанасьевой, Е.М. Медяковой, А.С. Новоселова, А.Н. Крылова, У.Г. Зиннурова, Л.С. Журкиной, О.Т. Ергуновой, Ю.В. Ерыгина, В.А. Денисенко, Ф.Г. Гликина и др.

Изучению вопросов оценки состояния и развития потребительского рынка посвящены работы Е.П. Голубкова, Н.К. Давыдовой, А.О Зверевой, Г.Г. Иванова, Т.В. Игнатовой, А.В. Кирьянко, Л.И Кожуховой, Р.О. Беспаленко, Е.А. Тихомирова, и других ученых. Однако в трудах вышеприведенных авторов не нашли достаточно глубокого отражения вопросы влияния экономических санкций на развитие потребительского рынка.

Целью магистерской диссертационной работы является комплексное исследование изменений потребительского рынка, проявляющихся под воздействием западных санкций, и прогнозирование его дальнейшего развития.

В соответствии с поставленной целью в диссертационной работе рассматривались следующие **задачи**:

- раскрыть сущность потребительского рынка и определить его роль в народном хозяйстве;
- выявить региональную специфику потребительского рынка;
- провести анализ состояния и динамики развития потребительского рынка России под влиянием экономических санкций (на примере Белгородской области);
- сформулировать предложения по совершенствованию и комплекс мер государственной политики регулирования регионального потребительского рынка в системе экономических санкций.

Объектом диссертационной работы является региональный потребительский рынок. **Предметом** выступают социальные, экономические и организационные отношения потребительского рынка региона, проявляющиеся в условиях современных санкций.

Теоретической и методологической основой исследования являются фундаментальные положения классической, неоклассической и эволюционно-институциональной теорий о потребительском рынке, изложенные в трудах отечественных и зарубежных авторов, представителей различных направлений и научных школ экономической мысли.

Исследование основано на концепции социально ориентируемого рынка, на комплексном подходе к анализу процессов формирования и развития рыночной экономики. Положения, выдвинутые в диссертации, основаны на анализе материалов Росстата России, Белгородстата, на результатах специальных исследований, на документах законодательных и исполнительных органов РФ и Правительства Белгородской области.

В исследовании предмета и в решении поставленных задач использовалась методология системного анализа, применялись методы логического, экономико-статистического анализа (сопоставления, сравнения).

Научная новизна исследования заключается в теоретико-методологическом обосновании методических рекомендаций по

совершенствованию государственного регулирования потребительского рынка России в современных социально-экономических условиях (на примере Белгородской области). К числу основных результатов, определяющих научную новизну диссертационной работы, относятся следующие:

- уточнены понятие потребительского рынка и основные этапы его становления;
- проведен анализ изменения основных показателей потребительского рынка Белгородской области под влиянием экономических санкций;
- сформирован перечень государственных программ, реализуемых в Белгородской области в рамках противодействия экономическим санкциям;
- выявлены и охарактеризованы основные проблемы функционирования потребительского рынка в регионе;
- разработаны методические рекомендации и комплекс мер по совершенствованию государственной политики регулирования регионального потребительского рынка.

Практическая значимость проведенного нами исследования состоит в том, что выводы и основные теоретические положения доведены до уровня практических предложений и могут быть использованы при разработке мер по совершенствованию и развитию потребительского рынка.

Считаем, что наши выводы и рекомендации могут быть использованы органами государственной власти и управления при разработке программ обеспечения сбалансированности потребительского рынка, повышения уровня его насыщенности, дальнейшего развития и эффективного функционирования.

Апробация результатов исследования. Отдельные теоретические аспекты, основные положения и результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на научных конференциях: VIII Международная научно-практическая конференция для студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Актуальные проблемы

развития национальной и региональной экономики», Международная научно-практическая конференция «Формирование социально-экономических систем территорий России в контексте трансформации международных отношений», X Международная научно-практическая конференция «Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации».

По результатам исследования опубликовано 5 печатных работ.

Объем и структура диссертации. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы.

Во введении раскрыта актуальность темы исследования, дана оценка степени научной разработанности проблемы, сформулирована цель магистерской диссертационной работы с вытекающими из нее задачами, доказана научная новизна и практическая значимость выбранной темы исследования.

В первой главе «Потребительский рынок как ключевое звено реализации рыночно-экономического развития» дано понятие потребительского рынка России, охарактеризованы основные этапы его становления, описаны основные модели и механизмы действия законов спроса и предложения на потребительском рынке, сформирована нормативно правовая база регулирования потребительского рынка и потребительского поведения.

Во второй главе «Анализ тенденций развития потребительского рынка России на региональном уровне» проведен анализ тенденций развития потребительского рынка, а также влияния экономических санкций на развитие потребительского рынка Белгородской области, дана оценка государственных программ и проектной деятельности региона.

В третьей главе «Проблемы и направления совершенствования политики регулирования регионального потребительского рынка в системе экономических санкций (на примере Белгородской области)» сформулированы основные направления региональной политики в части

решения экономических проблем, вызванных введением экономических санкций, а также даны методические рекомендации по совершенствованию региональной экономической политики регулирования потребительского рынка.

В заключении подводятся основные итоги работы, формулируются выводы, вытекающие из результатов исследования.

ГЛАВА 1. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК КАК КЛЮЧЕВОЕ ЗВЕНО РЕАЛИЗАЦИЯ РЫНОЧНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

1.1. Исторический аспект становления и развития потребительского рынка в России

Развитие розничной торговли в России в последние два десятилетия характеризуется существенными институциональными сдвигами, которые были вызваны органическим ростом современной сетевой розницы, а также постепенным упразднением нецивилизованных форм торговли. Эмпирическая оценка данных подвижек позволяет констатировать, что они породили определенные диалектические противоречия: с одной стороны, формируя новое организационное качество рынка, с другой, усиливая конкурентное напряжение в системе его товародвижения. Фактографическое пересечение многих тенденций развития рынка формирует палитру трендов, определяющих сложную результирующую дальнейшей трансформации торговых операторов и каналов продаж в отечественном ритейле. Отмечая особенности развития современной розничной торговли в России, следует выделить ряд знаковых эволюционных переходов, которые отражают существо происходящих в отрасли процессов и позволяют наметить контуры ее дальнейшего изменения.

Формирование розничного торговли в современной России началось с принятием Указа Президента Российской Федерации от 29 января 1992 года № 65 «О свободе торговли». Для данного этапа формирования розничной торговли характерно наличие большого количества мелких независимых игроков, преобладание небольших магазинов, киосков, рынков, низкое качество розничного предложения (цена, широта ассортимента, качество продуктов, уровень сервиса, планировка магазина, местоположение магазина, наличие специализированных прилавков, уровень чистоты, наличие парковки, часы работы магазина и пр.), низкая эффективность процессов

розничной торговли и смежных отраслей.

Развитие потребительского рынка России можно условно поделить на 3 этапа (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Характеристика основных этапов становления и развития
потребительского рынка

Этап	Содержание
Первый этап (1994–1998 гг.)	Сокращение оборота розничной торговли. Появление первого формата сетевой торговли – дорогие супермаркеты; основную часть покупателей составляют представители высокого сегмента среднего класса и выше, доля сетевой торговли – менее 1%.
Второй этап (1998–2000 гг.)	Резкое сокращение импорта продуктов питания, рост внутреннего российского производства, начинается освоение торгового формата «дискаунтер» («Копейка», «Пятерочка», «Дикси», «Магнит»), рассчитанного на население с уровнем дохода средним и ниже среднего. Ритейл окончательно становится одной из наиболее развитых и современных российских отраслей – доля сетевой розницы выросла в 2000–2005 гг. с 1 до 24%.
Третий этап (2000 – н.в.)	Восстановление экономики после кризиса 1998 года. Рост экономики и оборота розничной торговли. Рост доходов населения. Резкий рост внутреннего производства. Рост иностранных инвестиций в российскую экономику

Составлено по материалам: [19]

На данный момент развитие российских торговых сетей осуществляется преимущественно по модели франчайзинга. Согласно статистическим данным, предоставленным Российской ассоциацией франчайзинга, Россия находится на одном из первых мест в мире по темпам развития франчайзинга, а на розничную торговлю продовольственными и непродовольственными товарами приходилось 46% от общего числа франчайзинговых магазинов – около 25% от общего количества франчайзи в России. В течение 2005–2010 гг. франчайзинговую схему работы освоили многие крупные игроки рынка: ГК «Виктория», «Мосмарт», «Вестер» и другие. В настоящее время лидером по количеству франчайзинговых магазинов среди продовольственных сетей является «Пятерочка».

Среди основных стратегий развития продуктовых розничных сетей – региональная экспансия. Все большее внимание начинает уделяться не только крупным городам – миллионникам с развитой инфраструктурой, но и

более мелким городам, особенно это касается таких форматов розничной торговли, как «дискаунтер» и «гипермаркет». Особо активно в этом направлении действуют столичные ритейлы: в прошлом году значительно увеличили свое присутствие в регионах практически все крупнейшие торговые сети, такие как «Пятерочка», «Копейка», «Перекресток» и ряд других. Активной оказалась и консолидация отрасли в связи с тем, что крупные торговые сети, стремясь как можно быстрее закрепиться на региональных рынках, покупали крупные местные продуктовые сети. В 2016 году сети продуктовых магазинов активно расширялись по модели франчайзинга. Однако, по мнению аналитиков, усиление позиций франчайзи может обернуться сложностями для тех ритейлеров, которые планировали впоследствии выкупить их и присоединить к собственной сети. В этой ситуации оказалась компания «Пятерочка», которая встретила сопротивление франчайзи в двух регионах. По мнению экспертов, региональные предприниматели, для которых розничный бизнес является зачастую одним из самых высокодоходных в регионах, могут предпочесть выйти из-под бренда франчайзера и развивать сеть под новым именем [67, с. 26].

Российский рынок сетевого ритейла пока находится в стадии становления. Уровень его развития существенно различается в зависимости от региона. Причем если в крупных городах рынок уже поделен между крупнейшими сетевыми игроками и там идет жесткая конкурентная борьба, то регионы остаются пока «непаханным полем». Лишь в последнее время крупные сети, чувствуя, что им тесно на освоенных рынках, начинают широкую экспансию на региональные рынки, где пока приходится конкурировать только с местными небольшими сетями и магазинами старых форматов

При том, что в среднем оборот розничной торговли увеличился в денежном выражении на 13 %, крупнейшие ритейлеры приросли почти на 25%. Следует отметить, что на 10 крупнейших ритейлеров приходится около

21% рынка – это очень низкий показатель концентрации, который будет расти [57].

Однако динамика этого роста в современный период, вероятно, окажется ограничена ввиду усиления спросовых ограничений на рынке. Высокий уровень долговой нагрузки населения, невозможность снижения стоимости рефинансирования займов домохозяйств, снижение темпа роста реально располагаемых доходов населения – все это формирует структурный сдвиг в развитии рынка, который автоматически развернет стратегические ориентиры роста ритейла от его органического расширения в пользу повышения операционной эффективности сбыта. Данный сдвиг является принципиально значимым в контексте общего теоретического осмысления особенностей современной эволюции отечественного ритейла. Эта значимость продиктована специфическим для современных маркетинговых и логистических исследований смещением акцента с рассмотрения «чистого» спроса и предложения, конкуренции операторов на оценку факторов и условий, которые формируют на более «глубоком» уровне механику движения рынка. До кризиса 2008 – 2009 гг. в системе логистических исследований данный ракурс научного анализа присутствовал преимущественно номинально.

Динамичное развитие потребительского рынка страны априори должно сопровождаться расширением практик его регуляции со стороны государства, которая должна нивелировать институциональные диспропорции и гармонизировать конкуренцию со стороны предложения, торговли и общую конъюнктуру рынка. В экономике России по мере ослабления патерналистского начала в экономике для торгового бизнеса крайне важной является оценка степени участия государства в экономике, возможность прогнозирования результирующего вектора институциональной корректировки рыночной среды, влияние которой будет различным для каждого типа розничных предприятий [23, с. 44].

На практике, очевидно, что укрепление потребительского рынка

оказывает положительное влияние развитие финансовой системы в стране, а также повышение качества деятельности товаропроизводителей, удовлетворение запросов как производственного, так и потребительского характера. Из этого следует, что предприятия производят качественные потребительские товары за счет внедрения новых технологий и снижения уровня издержек обращения [22, с. 45].

Сложность исследования потребительского рынка исходит из того, что в последние годы развернулась серьезная дискуссия по определению общего понятия рынка. Так, например, представители российской экономической школы считают, что рынок сам выступает как система экономических отношений, которая обеспечивает взаимосвязь производства с потреблением посредством процессов купли-продажи товаров, капиталов, рабочей силы и так далее. Рынок выступает так же, как система экономического принуждения к высокопроизводительному эффективному труду, поощрения инициативы и предприимчивости, стремления к научным и техническим новинкам [45].

Обязательным элементом рыночного качества является сам рынок, который производит смену товаров на их денежное выражение, и наоборот. При этом часто приводится мнение западных ученых, которые утверждают, что рынок «это сфера, где покупатели и продавцы отдельных товаров находятся в таком тесном информационном общении, что цены товаров стремятся быть одинаковыми в границах всей этой сферы». В этом определении рынка акцент сделан скорее на механизме функциональной составляющей рынка, чем на его сущности как категории экономики.

В своих работах ученые в области исследования отраслевых рынков Н.М. Розанова, С.Б. Авдашева считают, что рынок – является базовым определением микроэкономического анализа. Основным интересом для исследователя представляются характеристика рыночного равновесия и способы его изменения [17, с. 64]. В зависимости от плоскости исследования потребительского рынка, его можно рассматривать с позиции

территориальных границ по мере укрупнения и слияния регионов. Отсюда на практике встречаются такие типы территориальные границы при этом как продуктовые, временные, локальные, отражающие способность товаров заменять друг друга в потреблении, территориальные границы при этом в каждом конкретном случае зависят от особенностей товара и от целей анализа. Если для объекта исследования взять товары длительного пользования, например, товары культурно-бытового назначения масштабы рынка становятся шире и менее определенными, чем для товаров, которые пользуются повседневным спросом.

Необходимо учитывать специфику товаров производственно-технического назначения. В исследованиях местного характера, территориальные границы рынка зависят от уровня конкуренции между продавцами на отечественном и международных рынках, а также зависимость от внешних барьеров. В целом территориальные границы рынка теоретически определяются экономическими, технологическими и административными барьерами, ограничивающими участие потребителей в приобретении исследуемых товаров на рассматриваемом регионе [18, с. 154].

В настоящее время дискуссионной проблемой остаются подходы к структуре рынка. В частности, ряд ученых рассматривают структуру рынков следующим образом: в начальных стадиях рынки подразделяли на оптовые и розничные; внутренние и внешние. В дальнейшем они формировались как сырьевые, непродовольственные, продовольственные рынки и др. Более подробная дифференциация рынков проводилась по отдельным видам продуктов (табл. 1.2).

Таблица 1.2

Структура рынка

Функциональная структура рынков	Рынки продаж	Рынки закупок	Финансовые рынки	Рынки продаж	Посредники рыночных сделок
Предметно-отраслевая структуры рынков	ПОЛЕ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ СУБЪЕКТАМИ РЫНКА: ТОВАР-ДЕНЬГИ-ТОВАР ДЕНЬГИ-ТОВАР-ДЕНЬГИ				
Внутренний рынок Внешний рынок					
Оптовый рынок Розничный рынок					
Рынок сырья (газ, нефть, уголь, руда, древесина и др.)					
Продовольственный рынок (зерно, мясо, рыба, овощи, фрукты, напитки, обработанные пищевые изделия и пр.)					
Рынок готовых изделий (машины, приборы, металлы, здания, сооружения, одежда, обувь, лекарства и др.)					

Источник: [28]

Предприниматели, со своей стороны, различают также следующие виды рынков: рынки продаж и рынки закупок. Действующие предприятия – не только поставщики, они одновременно являются и потребителями товарной массы: сырья, материалов, машин, оборудования и др. От состояния рыночной ситуации в сфере закупок во многом зависит успех работы любого предприятия (фирмы).

В таблице 1.3. приведены основные товары (услуги), служащие предметом купли-продажи субъектами рынка. Здесь исследуются вопросы взаимоотношения между субъектами рынка.

Таблица 1.3

Взаимоотношение субъектов рынка

Субъекты	Предмет продажи	Предмет покупки
Государство	Услуги государственных организаций и учреждений; Земля, природные ресурсы, жилье, лицензии.	Товары общественного, государственного пользования, предназначенные для национальной обороны, государственного управления, охраны общественного порядка, сохранения культурного наследия
Предприятия	Товары, услуги, имущественные ценности, принадлежащие предприятиям, интеллектуальная собственность	Рабочая сила, земля, природные ресурсы, сырье, полуфабрикаты, товары, деньги, ценные бумаги
Домашние хозяйства	Труд, имущественные ценности, товары, услуги	Потребительские товары, услуги, имущественные ценности

Источник: [20]

Кроме того, рынок рассматривается как саморегулирующая система, механизм действия которого представлен на рис 1.1.



Рис. 1.1. Система механизма саморегулирования рынка

Источник:[18]

По прогнозным оценкам развитие российского розничного сектора вступит в стадию замедления роста через 5 – 10 лет. Для этого этапа развития характерно равномерное территориальное распространение современных форматов, рост уровня консолидации отрасли, преобладание современных форматов, высокий уровень розничного предложения и конкуренции.

Таким образом, в настоящее время российский сектор оптовой торговли также как и розничной находится на стадии роста. Ожидается, что с развитием сектора розничной торговли и производства розничные и

производственные компании, укрупняясь, будут развивать собственные подразделения, занимающиеся дистрибуцией. При этом компании оптового сектора будут либо интегрироваться в розницу, либо фокусироваться на логистических услугах, работе с малыми компаниями (производственными и розничными), нишевым ассортиментом или удаленными территориями.

Из анализа текущего состояния сектора торговли в Российской Федерации можно заключить, что существуют значительные возможности для дальнейшего роста и развития торговой отрасли. Эти возможности связаны, в первую очередь, с увеличением общего количества торговых площадей, увеличением доли современных форматов, увеличением консолидации отрасли, увеличением конкуренции между торговыми компаниями, развитием малого и среднего бизнеса, развитием кооперации и дистанционной торговли.

1.2. Модели и механизмы действия законов спроса и предложения на потребительском рынке

В рамках изучения региональных рынков товаров и услуг уделяют особое внимание факторам развития и функционирования потребительского рынка, а также факторам, которые влияют на спрос и предложение.

Развитие потребительского рынка региона с формирующейся структурой экономики связано с дисбалансом спроса и предложения, что обусловлено влиянием таких факторов, как низкий уровень развития рыночной инфраструктуры, несоответствие ассортиментной структуры потребительского рынка доходам населения, а также доминирование предложения продуктов переработки сырья над предложением товаров промышленного производства.

В.А. Медведев, Т.Ю. Нестерук, основываясь на положении о том, что товарно-денежные отношения в рамках регионального потребительского рынка формируются в зависимости от характера спроса и предложения,

выделяют факторы, влияющие на спрос, и факторы, влияющие на предложение [22, с. 45]. Так, основными факторами, влияющими на спрос, являются предпочтения населения, доходы, численность покупателей в регионе, ожидания потребителей, демографические процессы, природные факторы и условия проживания населения. В то время как цены на экономические ресурсы, издержки производства, технологии производства, численность производителей, цены на импортируемые товары, налоги и субсидии, проценты за кредит формируют группу факторов предложения.

Стоит подчеркнуть, что выделение этих групп факторов в связи с их тесной взаимосвязью и взаимозависимостью носит условный характер.

Если обобщить группу факторов и условий, которые формируют спрос на локальном потребительском рынке, то в нее войдут социально-экономические, социально-демографические факторы и условия, а также частично природно-климатические. Рассмотрим каждый по отдельности.

Социально-экономические факторы имеют особое значение для локального потребительского рынка, поскольку характер и степень территориальных различий рынков определяются комплексом социально-экономических факторов, которые действуют как в самом регионе, так и за его границами. В частности, региональные особенности возможностей для развития потребительского рынка выражаются в сопоставлении показателей динамики емкости рынка (что включает численность потенциальных потребителей), объема и уровня денежных доходов и расходов населения, уровня розничных цен, демографической ситуации и т.п. [64, с. 198].

К социально-экономическим факторам развития локального потребительского рынка товаров и услуг относятся следующие.

Уровень денежных доходов населения, сложившийся на территории. Согласно исследованиям А.С. Новоселова и Р.И. Шнипер и на региональном рынке потребительских товаров возможны комбинации двух цепочек связей и зависимостей, надежностью которых во многом определяются

жизнеспособность системы, действенность и гарантии «безаварийного» развития:

- денежные доходы – платежеспособный спрос, требуемый объем, структура и качество товаров и услуг, товарооборот – товарное обеспечение – наличные деньги в банках;

- наличные деньги в банках – заработная плата и другие денежные доходы – платежеспособный спрос – товары и услуги – кассовые поступления наличных денег.

Необходимо помнить, что все элементы связаны и разрыв любого элемента цепочки, малейшее нарушение их количественных и качественных параметров ведет к диспропорциям [26].

Применение статистического научного аппарата при исследовании региональных рынков помогло И. К. Беляевскому прийти к выводу, что в географии уровня развития потребительского рынка и уровня денежных доходов населения имеют место общие закономерности. Тесная зависимость распределения территориального товарооборота на душу населения от душевого дохода – основного факторного признака – подтверждается как визуально, так и посредством расчета коэффициента корреляции рангов Спирмена [36, с. 17]. Такая тесная зависимость вполне рациональна, поскольку большую часть использования денежных доходов населения составляют ежедневные покупки товаров и услуг. Согласно заключению И. К. Беляевского: в региональных рыночных различиях на действие фактора дохода оказывают влияние экономической активности населения, а также отклонений от уровня прожиточного минимума населения.

Размер денежных сбережений населения. При оценке региональных различий уровня дохода и уровня удовлетворения покупательского спроса «следует учитывать некоторые социально-экономические факторы, в частности денежные сбережения населения (рублевые счета и депозиты), а также соотношение денежных доходов населения с величиной прожиточного минимума» [35, с. 76]. Исследования И.К. Беляевского показали, что связь

товарооборота на душу населения с уровнем денежных сбережений населения является весьма тесной, о чем свидетельствует коэффициент корреляции Спирмена – 0,857.

Качество и уровень жизни населения определяют уровень реализованности жизненных интересов, потребностей и предпочтений, служат одной из важнейших соединяющих показателей состояния рынка товаров и услуг. Динамика данного показателя дает представление о характере и направленности изменений на рынке, а также об их социальных последствиях для различных групп населения. Когда уровень жизни высок, это порождает новые, более углубленные потребности и стремление к их удовлетворению, и наоборот.

Экономическая активность населения; занятость и сложившийся уровень безработицы. Согласно исследованиям, среди факторов, которые оказывают влияние на территориальные различия в уровне потребления, а следовательно, на объем и структуру товарооборота, организацию, планирование развития и размещения розничной торговой сети, наибольшую роль играют общая занятость (экономическая активность населения), ее отраслевая и профессиональная структура, характер трудовой деятельности и степень интенсивности труда, половозрастной состав, размер семей, культурный уровень населения [60, с. 19].

Отличия в экономической активности населения по регионам страны влияют на формирование потребностей, а следовательно, и на суммарный объем розничного товарооборота в расчете на душу населения, через численность работающих членов семьи, на их доход и платежеспособный спрос. Например, В. М. Рябцев сделал вывод на основе исследования многофакторной регрессионной модели, что позволило выявить интенсивное влияние экономической активности населения на изменение отраслевых показателей среднедушевого потребления товаров. Такое открытие позволило установить количественную зависимость уровня образованности населения от величины потребления товаров. Кроме того, потребности в

товарах и услугах зависят от семейного положения индивидов, состава и размера семьи.

Как отмечает И.К. Беляевский, при оценке региональных отличий удовлетворения покупательского спроса, необходимо помнить о сложившемся в каждом федеральном округе уровне безработицы как о факторе, снижающем уровень покупательного потенциала населения. Данный показатель, безусловно, негативно влияет на покупательский спрос. Зависимость товарооборота на душу населения от уровня безработицы, естественно, тоже обратная, и ее можно расценивать как высокую» [59, с. 133].

Потребительские предпочтения населения (домохозяйств) можно считать фактором, который находится на стыке социально-экономической и социально-демографической групп, формирующих состояние локального потребительского рынка.

Потребительский рынок – одна из сфер отражения экономических интересов населения, которые пытаются реализовать свои способности потреблять, выступая в качестве покупателей и конечных потребителей произведенных товаров. Следовательно, потребности индивида и его деятельность, направленная на их удовлетворение, представляют собой исходный пункт развития потребительского рынка. При этом в стране действует выдвинутый К. Марксом закон возвышения потребностей. Важно подчеркнуть, что по мере развития общества, с развитием производительных сил интенсивность его действия растет.

Известный факт, что потребности человека субъективны. Однако необходимо отметить, что из множества субъективных оценок какого-либо блага появляется объективная общественная оценка товара, формируется его цена на рынке. Оценивая тот или иной товар представители различных научных школ отдавали приоритет разным факторам: классическая и марксистская политэкономия – труду, стоимости; неоклассики – полезности. В настоящее время принято считать, что оценка потребителями свойств

полезности товаров и услуг первичны, а цены вторичны; оценка предельной полезности блага формирует спрос на товар и в конечном счете оказывает влияние на его цену. Поэтому при анализе спроса первостепенное значение имеет выявление потребностей в товаре, требований покупателя к товару исходя из его полезности. Спрос выступает реальным выражением потребностей на потребительском рынке. Разрыв между уровнем потребностей и спросом – важнейшее противоречие потребительского рынка, характеризующее как уровень развития экономики, так и состояние потребительской культуры общества.

По оценкам экспертов, в ближайшие годы вырастут расходы домохозяйств на товары длительного пользования, поскольку основной пик обновления населением бытовой техники и мебели пришелся на середину 90-х годов XX века. Сыграет свою роль и быстрый моральный износ ряда товаров (мобильных телефонов, компьютерной техники и др.) [76].

Таким образом, в группе социально-экономических факторов решающее значение приобретают: уровень доходов населения, сложившийся на территории; уровень занятости и безработицы; изменения потребительских предпочтений.

Рассмотрим вторую группу факторов, формирующих спрос на локальном потребительском рынке – это социально-демографические факторы.

Численность населения территории, его половозрастная и профессионально-квалификационная структура являются важнейшими факторами спроса. Влияние социально-демографических факторов на уровень товарного потребления доказан учеными. Изучением зависимости потребления продовольственных и непродовольственных товаров от различных социально-демографических факторов занимались многие ученые и целые научно-исследовательские коллективы [14, с. 122]. Естественно, что между числом жителей и объемом товарооборота существует прямая и очень

тесная связь: чем больше покупателей в регионе, тем при прочих равных условиях, больше объемы продажи товаров.

На базе исследования тенденций развития розничной торговли Воронежской области О.Н. Зуева охарактеризовала зависимость размера муниципального образования от уровня развития инфраструктуры торговли, а также специализации торговых предприятий. Автор отмечает, что чем крупнее муниципальное образование, тем, во-первых, больше размеры и выше темпы роста торговых площадей непродовольственных магазинов; во-вторых, торговые площади продовольственных магазинов увеличиваются менее значительно, показывая стабильную динамику; в-третьих, сокращается доля торговых площадей магазинов смешанного типа. Следовательно, повышается значимость в выборе специализации торговых организаций, что обусловлено ростом доходов населения, увеличением платежеспособного спроса, перераспределением статей расходов в домашних хозяйствах Воронежской области [89, с. 222].

В литературе по вопросам территориального планирования уровня жизни подчеркивается необходимость учета влияния половозрастной структуры населения на формирование потребностей в различных экономических районах страны. Одним из факторов, от которых зависит стоимость жизни, является половозрастной состав населения, весьма различающийся по регионам страны [71, с. 88].

В. Е. Комаров и У. Г. Чернявский в свое время указывали на зависимость душевого потребления от структуры населения и условий деятельности. На различиях в потребностях влияет как половозрастная структура населения, так и характер его трудовой деятельности. Последний фактор особенно сильно влияет на потребность в продуктах питания.

Согласно выводам ученых Института питания АМН СССР установлено, что физиологические потребности населения разного возраста и пола не одинаковы; при взрослении увеличиваются энергетические затраты организма; общий уровень потребления продуктов питания и расходов на

продовольственные товары зависит, помимо прочего, от конкретного соотношения половозрастных групп в общей численности населения и их занятости по сферам общественного производства, от характера и степени интенсивности труда [16, с. 134]. Наиболее сильным фактором из числа демографических оказался удельный вес лиц в трудоспособном возрасте. Естественно, доля в общей численности населения тех людей, которые по своему возрасту способны трудиться и приносить доход, является главным фактором формирования товарооборота на душу населения как в целом, так и в разрезе регионов.

Естественное и механическое движение населения на территории было исследованы А. Р. Бернвальдом и показали, что география расселения в основном определяет географию размещения розничной торговой сети. Для густонаселенных сельских поселений характерны более мощные предприятия торговли. Для организации системы торгового обслуживания населения существенное значение имеют и такие отличительные черты сельского расселения, как уровень освоенности территории, различия в величине поселений и густоте их сети, надежность транспортно-экономических связей. Эти особенности обуславливаются степенью и характером использования территории, специализацией сельскохозяйственного производства, а также многими историческими причинами, так как сеть сельских поселений меняется сравнительно медленно [48, с. 76]. Для формирования системы торгового обслуживания населения большое значение имеют наличие, наряду со стационарными, сезонных поселений, их количество и доля населения, проживающего в них в разное время года.

Среди социально-демографических факторов, в совокупности формирующих контингент потенциальных потребителей, следует акцентировать внимание на таком, как половозрастная структура населения, значение которого существенно возрастает в наше время.

Итак, на основании вышеизложенного можно сделать вывод, что рассмотренные факторы влияют на рынок не по отдельности, а в совокупности, причем на современном этапе развития потребительского рынка их воздействие осложняется вновь возникшими маркетинговыми (например, развитие геронтомаркетинга) и технологическими (например, внедрение эквайринга, электронных ценников) факторами.

При исследовании моделей и факторов, оказывающих влияние на современный потребительский рынок товаров и услуг, ученые часто прибегают к использованию паутинообразной модели рынка, которая представляет собой динамическую модель рынка, которая показывает способность рынка к самостоятельному установлению равновесия в результате взаимодействия спроса и предложения.

В данной модели предложение реагирует на изменение спроса не сразу, а постепенно, что приводит к возникновению ценовых колебаний.

В экономической теории различают затухающие, усиливающиеся и равномерные колебания цены.

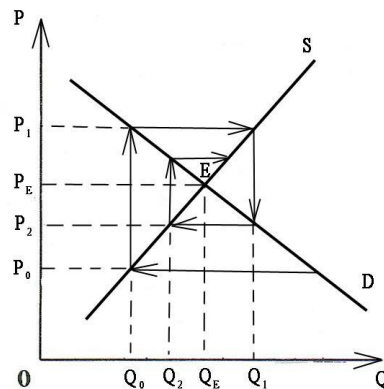


Рис. 1.2. Паутинообразная модель рынка с затухающими колебаниями цен
Источник:[56]

На графике представлена паутинообразная модель рынка с затухающими колебаниями цен. Эти колебания происходят когда кривая предложения более крутая, чем кривая спроса. В результате этих затухающих колебаний на рынке восстанавливается равновесие. Первоначально на рынке сложилась ситуация когда продавцы предлагают свой товар по цене P_0 и в

объеме Q_0 , т.е. на уровне ниже равновесного состояния рынка. При данной цене на рынке возникает дефицит товара, из-за которого цена начинает повышаться до уровня P_1 и у производителей возникнет желание увеличить производство товара до уровня Q_1 . Естественно, что рано или поздно при повышенной цене спрос неминуемо сократится и окажется меньше предложения. На рынке возникнет избыток товара, что подтолкнет продавца снизить цену до уровня P_2 и снизить предложение товара до уровня Q_2 . В результате дальнейших подобных колебаний рынок рано или поздно найдет тот равновесный уровень, который будет отвечать требованиям продавца и покупателя [87, с.98].

На втором графике изображена противоположная модель рынка с усиливающимися колебаниями цен, которая является полностью противоположной первой. Такая модель свойственна в случае, когда кривая спроса имеет более крутой наклон, чем кривая предложения. В результате цена будет все дальше отдаляться от равновесного уровня. Теоретически при таких колебаниях и все большего отдаления от равновесного уровня рынок может разрушиться.

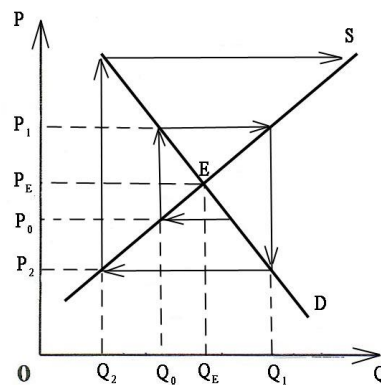


Рис. 1.3. Паутинообразная модель рынка с усиливающимися колебаниями цен

Источник:[56]

На третьем графике представлена паутинообразная модель рынка с равномерными колебаниями цен. Такая модель часто встречается на рынке и

возникает в случае, когда кривая спроса и предложения имеет одинаковый наклон.

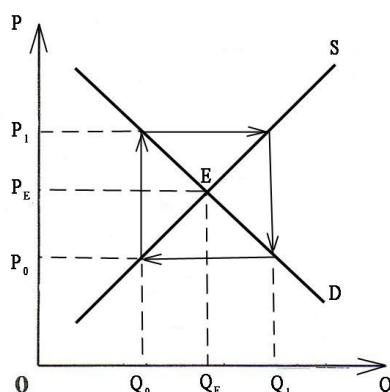


Рис. 1.4. Паутинообразная модель рынка с равномерными колебаниями цен
Источник:[56]

В этом случае цена колеблется в определенном диапазоне, не приближаясь к равновесному уровню, а рынок находится либо в состоянии дефицита, либо в состоянии избытка товара.

Таким образом, учитывая выводы и обобщения ученых в рамках теории региональных рынков, выделяются две укрупненные группы факторов и условий развития и функционирования локального потребительского рынка товаров и услуг:

- 1) факторы и условия, формирующие спрос;
- 2) факторы и условия, формирующие предложение.

При исследовании моделей и факторов, оказывающих влияние на современный потребительский рынок товаров и услуг, ученые часто прибегают к использованию паутинообразной модели рынка, которая представляет собой динамическую модель рынка, которая показывает способность рынка к самостоятельному установлению равновесия в результате взаимодействия спроса и предложения.

1.3. Нормативно правовая база регулирования потребительского рынка и потребительского поведения

Потребительский рынок составляет сферу непосредственного экономического воздействия на человека и фактор социальной стабильности в обществе. Его сбалансированность по ценам, товаропотокам, количеству и качеству товаров и услуг является необходимой составляющей оценки качества жизни населения. По своему удельному весу и роли в обеспечении жизнедеятельности населения потребительский рынок занимает ведущее место в экономике региона. Он представляется нам как динамическая система причинно-следственных связей, обеспечивающих наибольшее соответствие производства товаров и услуг потребностям и платёжеспособному спросу населения, охватывающая всю совокупность экономических отношений производства, реализации потребления материальных благ и услуг потребительской ориентации [16, с. 44].

Исторический опыт развития потребительского рынка свидетельствует о необходимости применения стимулов и регуляторов, основанных на использовании отношений рынка [22]. Данный подход хорошо согласуется с представлениями об эффективном развитии предприятий потребительского рынка, однако может вести к формированию и развитию социальной напряжённости в регионе. На современном этапе потребительский рынок региона находится под негативным воздействием фактора социально-экономического развития региона, который может усугубить влияние предприятий этого рынка на население региона:

- низкая покупательная способность большинства категорий граждан;
- высокая дифференциация в уровне жизни в городах и сельской местности;
- неразвитость рыночной инфраструктуры регионов;
- наличие негативных тенденций в экономике регионов и др.

Анализ условий развития потребительского рынка позволяет делать выводы об имеющихся ресурсах, возможностях, направлениях и перспективах социально-экономического развития. С учётом региональных интересов формируются и активизируются цели, принципы и методы регионального управления. При выборе метода управления комплексным развитием потребительского рынка необходимо основываться на ряде взаимосвязанных и последовательно решаемых задач.

Основными задачами управления региональным потребительским рынком являются [79]:

- согласование интересов и потребностей отдельных групп населения с долговременными интересами общества;
- создание условий для повышения материального благосостояния граждан, обеспечение равенства социальных возможностей;
- обеспечение социальной защиты всех граждан и их основных гарантированных государством социально-экономических прав;
- обеспечение рациональной занятости в обществе;
- развитие рыночной инфраструктуры.

С каждым годом в нашей стране растёт количество хозяйствующих субъектов, занятых в сфере потребительского рынка. От деятельности этих предприятий зависит благополучие потребителя, а также экономическая и социальная стабильность в регионах России. Предприятия имеют собственные формы и методы воздействия на потребительский рынок, однако цели, которые ставит перед собой частный бизнес, не всегда согласуются с целями и задачами регионального развития. Согласование целей экономического развития региона и бизнеса является первостепенным приоритетом управления региональным потребительским рынком.

Поддержка хозяйствующих субъектов сферы потребительского рынка государством осуществляется на следующих принципах:

- развитие конкурентной среды на рынке товаров, работ и услуг;

- сочетание финансовых и нефинансовых мер государственной поддержки;
- привлечение внебюджетных источников финансирования отраслевых программ развития потребительского рынка [79, с. 43].

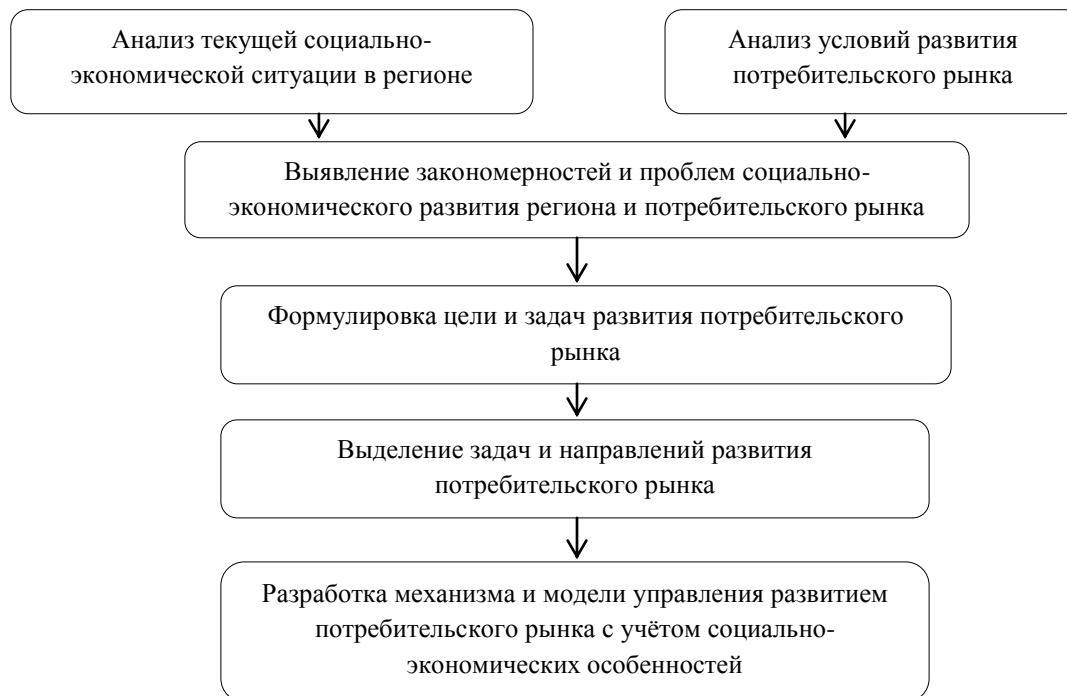


Рис. 1.5. Алгоритм формирования цели и задач управления комплексным развитием потребительского рынка

Источник: [79]

Таблица 1.4

Формы и методы воздействия на потребительский рынок его субъектами

Регулирующие органы	Объект управления	Формы и методы воздействия
Органы местного самоуправления	<ul style="list-style-type: none"> – объёмы производства товаров и услуг; – уровень цен и тарифов; – степень монополизации, развитие конкуренции; – качество товаров и услуг; – уровень доходов населения, доступность товаров и услуг 	<ul style="list-style-type: none"> – регулирование цен и налоговых ставок в местный бюджет; – муниципальный заказ на закупки; – приватизация помещений; – финансово-кредитная поддержка; – административные санкции; – ставки арендной платы
Корпоративные объединения и организации производителей и предпринимателей	<ul style="list-style-type: none"> – технический уровень и обеспечение конкурентоспособности товаров; – качество товаров и услуг; – степень монополизации и свободы конкуренции 	<ul style="list-style-type: none"> – деловое консультирование; – содействие в подготовке кадров, повышении качества обслуживания; – проведение экспертиз; – моральное воздействие; – финансово-кредитная поддержка

Окончание табл. 1.4

Регулирующие органы	Объект управления	Формы и методы воздействия
Союзы и объединения потребителей	– качество товаров и услуг	– независимая экспертиза; – проведение кампаний по бойкоту и антирекламе в СМИ; – обращения в судебные органы

Источник:[45]

Региональная и муниципальная власть воздействует на потребительский рынок в контексте управления качеством товаров и услуг с помощью административных и контрольных механизмов [88]:

- установление правил торговли, предусмотренное законодательством лицензирование торговли;
- взаимодействие с государственными органами санитарно - эпидемиологического надзора, торговой и ветеринарной инспекцией;
- создание муниципальных структур по защите прав потребителей;
- содействие деятельности соответствующих общественных организаций.

На современном этапе суть государственного управления региональным потребительским рынком заключается в организации более эффективной системы регулирования экономики с учётом накопленного позитивного опыта. Прежде всего, для создания такой системы управления необходимо проведение ряда мероприятий:

- оздоровление финансовой системы;
- проведение активной социальной политики;
- обеспечение социальной защиты;
- осуществление комплексных мер повышения уровня занятости;
- осуществление структурной перестройки всего хозяйственного комплекса региона [58, с. 98].

Потребительский рынок представляет собой важнейшую часть современной экономики. Именно здесь реализуются повседневные потребности населения, уровень удовлетворения которых, в конечном счете, определяет эффективность функционирования экономики в целом.

В связи с быстрым переходом к развитым рыночным отношениям, что требует тщательного анализа экономики регионов, основных условий и факторов, формирующих эффективный потребительский рынок и механизмы его регулирования с учетом современной государственной и региональной специфики, необходимость изучения и выявления проблем функционирования и государственного регулирования регионального потребительского рынка принимает особое значение.

Необходимо отметить, что при перемещении центра тяжести в принятии ряда решений с федерального на региональный уровень изучение вопросов воздействия и регулирования потребительского рынка имеют особый характер.

Учитывая темпы развития и становления рыночных отношений, регулирование потребительского рынка государством, согласно общим тенденциям развития административных реформ в России, должно сокращать объемы административного регулирования. Государство должно вмешиваться на рынок только в случае наступления существенных проблем или наличии конкретных социальных целей. Основная роль государственного регулирования в создании условий, определении правил функционирования рынка и выбор приоритетов его развития.

Необходимость оптимизации процессов государственного регулирования потребительского рынка обусловлена отсутствием понимания того, что государственное вмешательство связано с издержками, которые могут превышать его положительный эффект.

Задачей современного этапа исследований является развитие теоретико-методических основ системы управления, обеспечивающей эффективное регулирование регионального потребительского рынка в условиях децентрализации и демократизации управленческих функций, действия рыночных механизмов мотивации, высокой динамичности протекающих процессов и необходимости оптимизации государственного вмешательства в функционирование рынка.

Потребительский рынок, как и любой другой, подчиняется прежде всего закону спроса и предложения. Однако, как показывает опыт развития экономических отношений Российской Федерации и других стран, установление равновесия между спросом и предложением не всегда означает полноценное удовлетворение потребностей населения и наличие условий для позитивного, бескризисного развития экономики.

В таких условиях для обеспечения социально значимых целей функционирование рынка оказывается под целенаправленным воздействием государства посредством реализации органами государственной власти своих полномочий. В рамках потребительского рынка государство выступает как институт, регулирующий рыночные отношения и как неотъемлемый участник рынка покупателей и рынка продавцов.

Экономическая теория располагает противоположными точками зрения относительно целесообразности государственного регулирования экономики. Согласно теории А. Смита экономическая свобода является не только условием роста экономики, но и обязательным атрибутом справедливого общественного порядка. Ученые с противоположной точкой зрения считают, что без вмешательства государства рынки монополизуются, и тем самым «невидимая рука» сама себя погубит, а если даже конкуренция и сохранится, то существование внешних эффектов и общественных благ, несовершенство информации и т.д. приведут к тому, что результат свободных рыночных сил не будет способен удовлетворять общество настолько, что оно начнет искать помощь у внешней по отношению к рынку силы [83, с. 236].

Теоретическое обоснование необходимости вмешательства государства в экономику встречается в работах М. Фридмана, П. Самуельсона, Ф. Хайека, А. Пигу. Так, взяв за основу наличие «внешних эффектов», М. Фридман обосновал легитимность вмешательства государства в рыночные отношения. Он считал, что сделать явными различия между общественными и частными выгодами и издержками может сделать только государство посредством проведения, к примеру, налоговой политики.

Государственное регулирование потребительского рынка может осуществляться с помощью системы типовых мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера государственными учреждениями, имеющими на то полномочия. Современными механизмами регулирования рынка представляют собой интегрированную систему форм, методов, средств, с помощью которых государство оказывает воздействие на участников рынка.

При этом объектами государственного регулирования выступают экономические, организационные и управленческие отношения, возникающие в процессе передачи прав собственности на потребительские товары и услуги от производителя (посредника) населению, а субъектами - органы государственной власти и местного самоуправления.

Цели государственного регулирования, находятся в тесной взаимосвязи, однако, они совсем неравнозначны по масштабам воздействия, значению и последствиям. В современной экономической теории выделяют стратегические и тактические цели. Среди стратегических целей приоритетными являются обеспечение экономической и социальной стабильности потребительского рынка товаров, экономической безопасности, конкурентных преимуществ. Тактические (конкретные) цели различаются по сферам регулирования, но исходят из увязки частных и общественных интересов.

В целом основная задача государственного регулирования заключается в поддержании стабильности потребительского рынка и обеспечении его социальной направленности.

Первым шагом на пути становления современного отечественного потребительского рынка стал Указ Президента РФ «О свободе торговли», которым, в целях развития потребительского рынка, стимулирования конкуренции, преодоления монополизма в сфере розничной торговли и создания условий для быстрого развития торговой и посреднической сети в условиях либерализации цен предприятиям (независимо от форм

собственности), а также гражданам предоставлено право осуществлять торговую, посредническую и закупочную деятельность без специальных разрешений, с уплатой установленных платежей и сборов. Исключением являлась торговля оружием, боеприпасами, взрывчатыми, ядовитыми и радиоактивными веществами, наркотиками, лекарственными средствами, проездными билетами и другими товарами, реализация которых запрещена или ограничена действующим законодательством [55, с. 79].

Указом установлено, что местные органы власти и управления должны содействовать свободной торговле предприятий и граждан, обращать особое внимание на оборудование мест торговли, поддерживать в них общественный порядок и соблюдение санитарных норм и правил, а также обеспечивать свободное перемещение товаров на территории Российской Федерации, предусмотренное Указом Президента РСФСР «О едином экономическом пространстве РСФСР».

Указ «О свободе торговли» сыграл значительную роль в формировании динамичного потребительского рынка. Он выполнил свою историческую миссию и после неоднократных изменений и дополнений практически утратил свою силу.

Современная законодательная и правовая основа деятельности торговли в Российской Федерации представлена федеральными законами, федеральными конституционными законами, указами Президента Российской Федерации, постановлениями Правительства Российской Федерации, нормативными актами министерств, федеральных служб и федеральных агентств, законами и подзаконными нормативными актами субъектов Российской Федерации, а также правовыми актами муниципальных образований.

Согласно Федеральному закону от 28 декабря 2009 года № 381 – ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон о торговле) правовое регулирование отношений в области торговой деятельности осуществляется:

- Гражданским кодексом Российской Федерации;
- Законом Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300 – 1 «О защите прав потребителей» и другими федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами Российской Федерации»;
- законами субъектов Российской Федерации, иными нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

На федеральном уровне в рамках осуществления деятельности по продаже товаров детально урегулированы отношения между продавцами и покупателями. В главе 30 Гражданского кодекса РФ регулируются договорные обязательства и вытекающие отношения, которые могут возникнуть между продавцом и покупателем в процессе передачи прав собственности на товар. Однако не все возможные сценарии функционирования потребительского рынка регулируются российскими нормативными и правовыми актами. Так, например, ни один из официальных документов не определяет порядок осуществления электронной торговли. При этом еще в 1996 г. Комиссией Организации Объединенных Наций по праву международной торговли принят «Типовой закон» об электронной торговле, цель которого состоит в том, чтобы обратить внимание национальных законодателей свод международно признанных норм, которые устанавливают возможный порядок устранения юридических препятствий и создания более надежной правовой базы для так называемой «электронной торговли». Предполагалось, что принципы, указанные в данном законе, будут полезными для отдельных пользователей, участвующих в электронной торговле, применительно к выработке определенных договорных решений, которые могут потребоваться для преодоления юридических препятствий, создающих преграды для расширения использования электронной торговли.

Регулирование отношений, возникающих между потребителями и изготовителями, исполнителями, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), осуществляется в соответствии с

Законом РФ «О защите прав потребителей», который устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах), а также определяет механизм реализации прав и защиты интересов потребителей [50, с. 77].

Законодательство РФ содержит также ряд специальных требований к продаже отдельных видов товаров. В частности, к таким законодательным актам могут быть отнесены:

- Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 4 мая 2011 г. № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»;
- Федеральный закон от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»;
- Федеральный закон от 2 января 2000 г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»;
- Федеральный закон от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции»;
- Федеральный закон от 10 июля 2001 г. № 87-ФЗ «Об ограничении курения табака»;
- Федеральный закон от 7 марта 2005 г. № 11-ФЗ «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе»;
- Федеральный закон № 271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации».

К основным нормативно – правовым актами Белгородской области в сфере торговой деятельности относятся:

- Распоряжение главы администрации Белгородской области от 28 июля 1995 года № 563-р «О предельном уровне торговых надбавок на товары народного потребления»;
- Постановление Правительства Белгородской области от 06.11.2012 г. № 442-пп «Об определении порядка организации торговых ярмарок на территории Белгородской области»;
- Решение Белгородского городского Совета от 31.10.2017 № 572 «Об утверждении Правил благоустройства территории городского округа «Город Белгород»;
- Постановление администрации города Белгорода от 09.08.2016 г. № 124 «О порядке размещения нестационарных торговых объектов на территории городского округа «Город Белгород».

Таким образом, потребительский рынок имеет широкий спектр институционального обеспечения. Вместе с тем нормативное и правовое регулирование развито недостаточно, особенно на федеральном уровне. Прежде всего это касается вопросов стимулирования и активизации развития потребительского рынка с преимущественным участием российского бизнеса. Назрела реальная необходимость разработки нормативно-правового обеспечения в рассматриваемой области, а также реализации федеральных программ, направленных на расширение сфер функционирования потребительского рынка с учетом национальных интересов страны, интересов отечественного производителя и потребителя.

Выводы по первой главе:

- развитие потребительского рынка России можно условно поделить на 3 этапа (I – сокращение оборота розничной торговли, появление первого формата сетевой торговли, II – резкое сокращение импорта продуктов питания, рост внутреннего российского производства, начинается освоение торгового формата «дискаунтер», III – рост экономики и оборота розничной

торговли, доходов населения, резкий рост внутреннего производства, рост иностранных инвестиций в российскую экономику);

- выделяются две укрупненные группы факторов и условий развития и функционирования локального потребительского рынка товаров и услуг:

1) факторы и условия, формирующие спрос (предпочтения населения, доходы, численность покупателей в регионе, потребительские ожидания, демографические процессы, природные факторы и условия проживания);

2) факторы и условия, формирующие предложение (цены на экономические ресурсы, издержки производства, технологии производства, численность производителей, цены на импортируемые товары, налоги и субсидии, проценты за кредит).

- потребительский рынок, как и любой другой, подчиняется, прежде всего, закону спроса и предложения. Однако, как показывает опыт развития экономических отношений Российской Федерации и других стран, установление равновесия между спросом и предложением не всегда означает полноценное удовлетворение потребностей населения и наличие условий для позитивного, бескризисного развития экономики, что приводит к необходимости целенаправленного воздействия со стороны государства;

- правовое регулирование отношений в области торговой деятельности осуществляется:

– Гражданским кодексом Российской Федерации;

– Законом Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» и другими федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами Российской Федерации»;

– законами субъектов Российской Федерации, иными нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ (на примере Белгородской области)

2.1. Анализ тенденций развития потребительского рынка России на региональном уровне

На сегодняшний день потребительский рынок является одним из основных элементов развития муниципальной и региональной экономики. Система управления потребительским рынком должна обеспечивать его эффективное развитие в современных условиях взаимодействия рыночных механизмов на региональном и местном уровнях управления.

Потребительский рынок представляет собой совокупность отношений, с помощью которых можно управлять социально экономическим развитием региона, муниципалитета посредством удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах, обеспечивая граждан рабочими местами и вовлекая их в участие в хозяйственной жизни региона или муниципалитета.

Потребительский рынок занимает одно из ведущих мест в системе региональных рынков. Его функционирование улучшается при увеличении производства и ввоза товаров с других территорий, но товаров, соответствующим потребностям и платежеспособному спросу местного населения. На муниципальном уровне роль потребительского рынка в удовлетворении потребностей населения также велика [25]. Чем эффективнее хозяйственная деятельность в регионе, муниципалитете, тем более насыщенным и емким будет потребительский рынок. Соответственно, при повышении эффективности хозяйственной деятельности, увеличивается производство товаров и услуг, что приводит к повышению заработной платы и конечного потребления.

Проведение в области активной последовательной экономической политики на основе системного подхода к решению актуальных задач и

конструктивному сотрудничеству с региональными бизнес-структурами и населением способствовало устойчивому социально-экономическому развитию области.

В 2017 году состояние экономики области характеризовалось в основном положительными тенденциями, обеспечено увеличение промышленного и сельскохозяйственного производства, сохраняется стабильная ситуация на рынке труда.

По объему валового регионального продукта на душу населения область находится на 2 месте в Центральном федеральном округе и на 17 месте среди регионов Российской Федерации [26].

Основу экономики области во многом определяет развитие промышленного комплекса, в котором формируется третья часть валового регионального продукта. Реализация мероприятий по совершенствованию промышленного потенциала области, повышению конкурентоспособности и диверсификации производства, а также экономическая активность хозяйствующих субъектов позволили за 2016 год обеспечить рост промышленного производства 104,7 процента. 83% промышленного производства приходится на обрабатывающие производства. По объему отгруженных товаров, выполненных работ и услуг на душу населения по виду экономической деятельности «обрабатывающие производства» Белгородская область занимает 3 место среди регионов ЦФО и 10 - в Российской Федерации.

Ведущий сектор экономики области - сельское хозяйство, его доля в ВРП области превышает 20 процентов. За 2016 год выпуск продукции сельского хозяйства во всех категориях хозяйств возрос в сопоставимых ценах на 6,5% и достиг 226,5 млрд. рублей. Белгородская область является лидером в Российской Федерации по среднедушевому производству продукции сельского хозяйства [27].

В области реализуется план мероприятий по содействию импортозамещению. В настоящее время в перечень проектов,

способствующих импортозамещению, включены 102 перспективных проекта на общую сумму 161,5 млрд. рублей.

В 2016 году построено 1350,1 тыс. кв. м. жилья. Доля жилищного строительства населением в общем вводе составила 84,5 процента. По объему введенного жилья в расчете на 1000 жителей область занимает 3 место среди регионов ЦФО.

Одним из стратегических направлений остается развитие малого и среднего предпринимательства. В сфере малого и среднего бизнеса занято свыше 200 тысяч человек или каждый четвертый работающий. Объем валового регионального продукта, сформированный субъектами малого и среднего бизнеса, в 2016 году оценивается на уровне 29,5 процента [57].

Эффективной точкой роста потенциала развития территорий является реализация проектов по созданию частных промышленных (индустриальных) парков, в том числе с участием малых инновационных предприятий. Реализуется программа по развитию промышленных парков на территории области до 2020 года.

Одним из векторов развития области определено создание в сельских территориях 500 малых предприятий с занятостью до 10 тысяч человек.

Для поддержки экспорта, в том числе субъектов малого и среднего предпринимательства, Правительством области подписано соглашение о сотрудничестве с АО «Российский экспортный центр» по реализации программы финансового стимулирования экспорта и сертификации продукции для продвижения на внешние рынки.

В регионе реализуется план мероприятий «дорожная карта» по содействию развитию конкуренции на 2015-2017 годы. Белгородская область в сентябре 2016 года в числе первых регионов России заключила соглашение о сотрудничестве с АНО «Российская система качества», предусматривающее развитие институтов качества и повышение качества и безопасности продукции. В 2017 году продолжается работа по совершенствованию процессов управления, производства и организации, а

также внедрение современных технологий в рамках объявленного Года качества [76].

Таблица 2.1

Рейтинг регионов РФ по уровню содействия конкуренции в 2016 году

Ранг (место)	Наименование субъекта РФ	Реализация стандарта развития конкуренции			Достижение установленных целевых значений		Итоговое значение оценки	
		Ранг	Значение (ед.)	Значение (%)	Ранг	Значение (%)	Ранг	Значение (%)
1	Воронежская область	4	46,10	72,26	1	108,11	1	90,18
2	Нижегородская область	8	43,25	67,79	10	91,07	2	79,43
3	Хабаровский край	23	33,11	51,90	3	100,30	3	76,10
4	Республика Бурятия	19	36,02	56,45	5	94,74	4	75,60
5	Челябинская область	28	30,84	48,34	2	102,80	5	75,57
6	Чувашия	20	35,78	56,08	7	93,42	6	74,75
7	Удмуртская республика	2	37,21	74,00	19	74,64	7	74,32
8	Калужская область	13	38,48	60,31	14	85,07	8	72,69
9	<i>Белгородская область</i>	<i>16</i>	<i>37,85</i>	<i>59,33</i>	<i>13</i>	<i>85,39</i>	<i>9</i>	<i>72,36</i>
10	Московская область	15	38,17	59,83	16	83,15	10	71,49

Источник:[76]

В области ежегодно реализуются постановления Правительства области по росту заработной платы, в 2016 году она составила 26,9 тыс. рублей, а в реальном секторе экономики достигла 27,8 тыс. рублей.

В области отмечается тенденция снижения численности населения, имеющего среднедушевые денежные доходы ниже величины прожиточного минимума, в 2016 году их доля составила 8 процентов. По данному показателю по результатам оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации область занимает 2 место в России, а среди регионов ЦФО в области отмечен самый низкий уровень бедности.

Основной долговременной тенденцией демографического развития Белгородской области является рост численности населения. По состоянию на 1 января 2017 года она составила 1552,9 тыс. человек. В области сохраняется положительное сальдо миграции [75].

Рассмотрим основные направления развития потребительского рынка Белгородской области на ближайшую перспективу, приоритетные задачи, от решения которых будет зависеть экономическая безопасность, устойчивость социально-экономического развития региона, повышение качества жизни граждан.

Обеспечение населения качественными услугами торговли, общественного питания и бытового обслуживания является одной из приоритетных задач руководства области.

Приоритетными направлениями совершенствования потребительского рынка области являются:

- обеспечение сбалансированного размещения на территории области инфраструктуры торговли;
- создание комфортной потребительской среды;
- повышение качества и культуры обслуживания населения области;
- повышение экономической (ценовой) доступности товаров для населения области, в том числе посредством оказания адресной помощи;
- обеспечение условий для наличия на потребительском рынке области продукции отечественного производства, в том числе областных производителей;
- создание естественных условий для развития свободной конкуренции и повышения уровня предпринимательской активности;
- обеспечение насыщения потребительского рынка области качественной и безопасной продукцией.

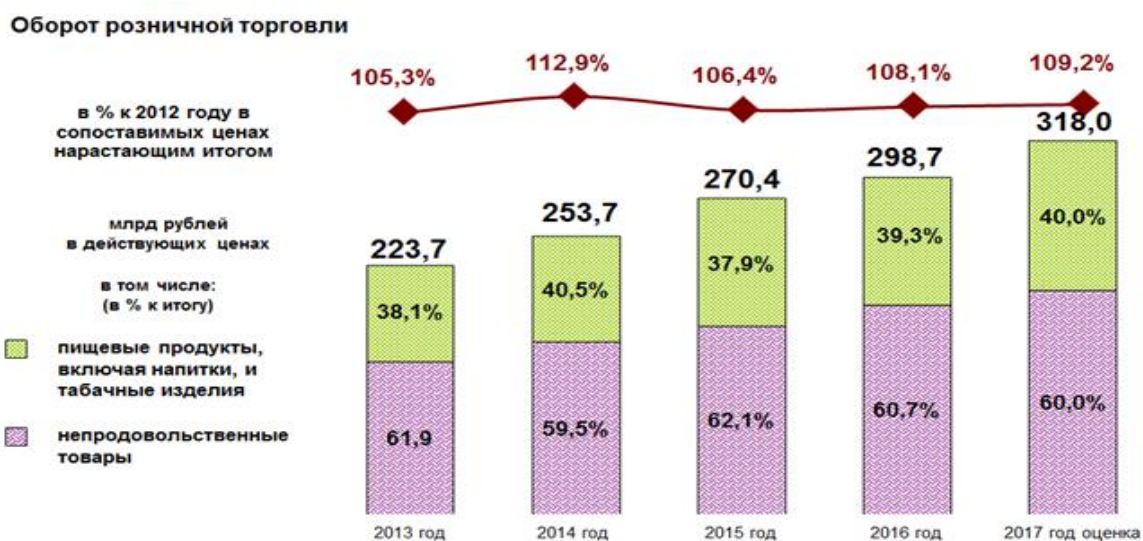
По результатам 2016 года:

- проведено 3,3 тысячи ярмарочных мероприятий с привлечением

сельхозтоваропроизводителей и перерабатывающих предприятий области;

- на территории области функционируют 2,5 тысячи предприятий общественного питания, в том числе 1,5 тыс. предприятий общедоступной сети. Общее количество посадочных мест предприятий общественного питания 146 тыс. единиц, в том числе 60,2 тыс. посадочных мест предприятий общедоступной сети. Количество посадочных мест на 1 тысячу жителей в предприятиях общественного питания общедоступной сети составило 39 единиц;

- 99,6 % от общего количества поступивших обращений граждан (29 тыс.) по вопросам нарушения их потребительских прав урегулированы в досудебном порядке в пользу потребителей, по 7 обращениям направлены иски в суд. Потребителям возмещен материальный ущерб в сумме 10,5 млн рублей.



Источник: Данные органов государственной статистики, Белгородской области

Рис. 2.1 Изменение оборота розничной торговли на территории Белгородской области

Источник: [78]

Однако впервые за ряд последних лет, при увеличении оборота розничной торговли в 2016 году в товарной массе на 4,8 %, объем его, в сопоставимых ценах, сократился по сравнению с 2015 годом на 9,9% и составил 298,7 млрд. рублей (в структуре товарооборота области удельный

вес города Белгорода составляет около 50%). По оценке наибольший «вклад» в снижение объемов продаж продовольственных товаров внесли такие категории, как алкогольные напитки и пиво, табачные изделия, свежий картофель.

В структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий в 2016 году составил 39,3 %, непродовольственных товаров – 60,7 %.

Формирование оборота розничной торговли происходило в основном за счет оборота торгующих организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в стационарной торговой сети вне ярмарок.

Согласно социологическим исследованиям, проведенным ООО «Имидж-Фактор», сфера розничной торговли практически достигла точки своего насыщения на территории города по таким услугам, как стационарная торговля продовольственными и непродовольственными товарами, нестационарная мелкорозничная торговля, ремонт и строительство жилья. О чем свидетельствуют следующие цифры [78].

Что касается областного центра, то на сегодняшний момент в городе осуществляет деятельность порядка 4120 объектов сферы торговли, сервиса, туристического бизнеса и гостиничных услуг. Создаются дополнительные рабочие места, как за счет открытия новых предприятий, так и при расширении летних зон отдыха горожан. За 2017 год на территории города открыто 67 предприятий сферы торговли и услуг, вместе с тем прекратило свою деятельность 17 предприятий.

Обеспеченность на 1000 жителей города в соответствии с действующими нормами составляет:

- в торговых площадях – 130,4%;
- посадочными местами в предприятиях общественного питания открытой сети – 146,4
- в бытовых услугах – 105,8%.

На потребительском рынке Белгорода занято 25 тысяч человек. Это почти четверть всего работающего населения города.

Сегодня в Белгородской области сформированы кластеры по развитию птицеводства, свиноводства, молочного животноводства. Достигнуты серьёзные успехи в производстве хлебобулочных и кондитерских изделий. Получили развитие «Семейные фермы Белогорья» и тепличные хозяйства по выращиванию ранних овощей и цветочных культур [77].

Особое внимание администрация региона уделяет развитию секторов, наиболее перспективных в плане импортозамещения и наращивания внутреннего спроса, что позволяет наполнить местный рынок качественными товарами собственного производства.

Предприятия розничной торговли города успешно реализуют продукцию местных товаропроизводителей (мясо птицы, свинину, молоко, овощи защищенного грунта), объём которых стабильно увеличивается и пользуется большим спросом у жителей города.

В 2015-2016 годах потребители существенно сократили покупки товаров долгосрочного использования: упал спрос на автомобили, мебель, ювелирные изделия.

В 2017-2018 гг. прогнозируется возвращение на потребительский рынок отложенного покупательского спроса. Ожидается увеличение продаж строительных, лакокрасочных материалов, что в первую очередь будет связано с ожидаемым восстановлением экономики, влиянием госпрограмм поддержки жилищного строительства и ипотечного кредитования.

Сохранился спрос населения на услуги общественного питания. Оборот общественного питания составил 3,6 млрд. рублей. Это 103,9% в сопоставимых ценах по отношению к прошлому году.

Сегмент роста на рынке общественного питания получили предприятия, специализирующиеся на выработке продукции собственного производства с использованием сырья местных товаропроизводителей. Развитие сферы общественного питания с использованием местной сырьевой

базы мы рассматриваем в совокупности с развитием внутреннего туризма, когда часть туристов захочет изучить особенности местной кухни, приготовленной, с учетом местных традиций.

Увеличение инвестиционной активности наблюдается в сегменте небольших кафе, популярными остаются заведения демократичных форматов, «рестораны-кафе», по-своему представляющие национальные кухни, а так же сети фастфуда.

В области развивается туристская отрасль, которая является одной из приоритетных. Последние годы основными направлениями развития туризма в городе определены событийный и деловой туризм.

Ежегодно на территории Белгородской области организовывается свыше 100 мероприятий различной направленности. В этом году состоялись, ставшие уже традиционными, фестивали: «БелМелФест», «Грильфест». Впервые прошел фестиваль «Уличной еды» и Региональный отборочный тур национального финала Чемпионата Мира среди барменов Центрально и Приволжского федеральных округов («World Cocktail Championship 2017»).

Таким образом, проведение в Белгородской области активной последовательной экономической политики на основе системного подхода к решению актуальных задач и конструктивному сотрудничеству с региональными бизнес-структурами и населением способствовало устойчивому социально-экономическому развитию области [75].

Состояние экономики области характеризуется в основном положительными тенденциями, обеспечено увеличение промышленного и сельскохозяйственного производства, сохраняется стабильная ситуация на рынке труда.

Основу экономики области во многом определяет развитие промышленного комплекса, в котором формируется третья часть валового регионального продукта.

2.2. Влияния экономических санкций на развитие потребительского рынка региона

На сегодняшний день рынок является основным звеном экономической теории и самым распространенным понятием хозяйственной практики.

Рыночная система обусловлена взаимодействием множества рынков, в числе которых важнейшую роль играет потребительский рынок.

Потребительский рынок – это система экономических связей, составляющих все акты купли-продажи потребительских товаров и услуг, которые используются на личное и общественное потребление, в обмен на денежные доходы граждан и коллективов.

Потребительский рынок выполняет множество функций, а именно: регулирующую, стимулирующую, посредническую, ценообразующую, экономическую, социальную и контролирующую.

Но вся эта система оказалась под серьезным давлением в связи с ухудшением геополитической и финансовой ситуации еще с конца 2013 года и объясняется целым рядом причин. Во-первых, резкое колебание курса рубля, во-вторых, введение Евросоюзом экономических санкций, в третьих, изменение государством условий хозяйствования для малого и среднего бизнеса: расчет стоимости аренды, ужесточение требований в области наружного оформления предприятий, введение торгового сбора. Все эти изменения повлекли за собой повышение неопределенности для деятельности предпринимателей и подтолкнуло страну к очередному этапу торможения экономики.

Особенно серьезные изменения начались в сфере потребительского рынка после введения санкций, а именно согласно Указу Президента России от 6 августа 2014 года «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» запрещается ввоз на территорию РФ «отдельных видов» сельскохозяйственных товаров, сырья, продовольствия, страной происхождения которых является государство, принявшее решение о

введении экономических санкций в отношении российских юридических или физических лиц или поддерживающее такое решение. В числе стран, попавших под эмбарго оказались страны ЕС, США, Канада, Австралия, Норвегия.

По словам Д. Медведева «Фактически, речь идет о введении эмбарго на импорт целых категорий продукции из тех стран, которые ввели экономические санкции в отношении российских организаций и граждан».

В результате принятых антисанкционных мер за первое полугодие 2015 г. импорт продовольствия в России сократился на 38,4 % и составил 12,6 млрд. долл. США. Ситуация с импортом продовольствия в Россию, а по расчетам специалистов он занимает на отечественном рынке до 40 %, представляет реальную угрозу не только продовольственной, но и в целом национальной безопасности и требует принятия неотложных мер [81].

Россия вводит полный запрет на поставки говядины, свинины, плодоовощной продукции, овощей и фруктов, мяса птицы, рыбы, сыров, молока и молочных продуктов из стран Евросоюза, Соединенных Штатов Америки, Австралии, Канады и Королевства Норвегии.

Введение экономических санкций в отношении России и падение цен на нефть с середины 2014 года привели к росту неопределенности, сокращению доходов и резкому ухудшению бизнес-уверенности, сократился инвестиционный спрос и ослабился потребительский спрос, а так же потребительские настроения на потребительском рынке региона.

Указанные процессы повлияли на объемы продаж продовольственных и непродовольственных товаров. Сокращение потребления продуктов стало реакцией на рост цен, связанный как с эффектом контрсанкций, так и с девальвацией рубля. На сокращение потребления непродовольственных товаров кроме девальвации повлияло снижение доступности кредитов за счет высоких процентных ставок и перекредитованности населения.

Как отметил Председатель Правительства РФ Д.А. Медведев, выступая на заседании Правительства РФ 2 октября 2014 года, «потребительский

рынок остаётся одним из наиболее устойчивых к рискам существующей сегодня экономики. Его вклад в валовый внутренний продукт, в обеспечение налоговых поступлений весьма высок» [75].

Нестабильная экономическая ситуация привела к росту цен на потребительском рынке города, как и на всей территории Российской Федерации. Для получения оперативной информации о состоянии рынка товаров в администрации Белгородской области создана Координационная группа по контролю за ценами на рынке недвижимости и товаров первой необходимости.

В рамках работы группы, а также по поручению Правительства РФ, до настоящего времени осуществляется мониторинг розничных цен по 53 наименованиям товаров.

Проанализируем изменение цен на социально значимые продукты питания на территории Белгородской области.

За последние 5 лет цены на продукты питания подверглись серьезным изменениям. Некоторые позиции удалось стабилизировать к текущему моменту, а рост цен на отдельные позиции потребительской корзины сдержать не удалось. Остановимся подробнее на отдельных группах товаров, входящих в социальную корзину потребителя.

Таблица 2.2

Динамика средних розничных цен на молочную продукцию с
01.01.2013 г. по 01.01.2018 г.

№ п/п	Наименование продовольственных товаров	Единица измерения	01.01.2013 г.	01.01.2014 г.	01.01.2015 г.	01.01.2016 г.	01.01.2017 г.	01.01.2018 г.
1.	Масло сливочное	кг	243,23	254,36	293,41	335,00	351,28	454,75
	<i>в % к 2013 г.</i>		-	4,58%	20,63%	37,73%	44,42%	86,96%
2.	Масло подс.	кг	67,00	72,59	63,28	71,63	97,25	88,79
	<i>в % к 2013 г.</i>		-	8,34%	-5,55%	6,91%	45,15%	32,52%
3.	Маргарин	кг	55,67	57,00	60,20	70,78	94,94	100,90
	<i>в % к 2013 г.</i>		-	2,39%	8,14%	27,14%	70,54%	81,25%
4.	Сметана	кг	89,57	98,40	108,06	120,00	125,15	139,47
	<i>в % к 2013 г.</i>		-	9,86%	20,64%	33,97%	39,72%	55,71%

Окончание табл. 2.2

№ п/п	Наименование продовольственных товаров	Единица измерения	01.01.2013 г.	01.01.2014 г.	01.01.2015 г.	01.01.2016 г.	01.01.2017 г.	01.01.2018 г.
5.	Творог жирный	литр	146,98	159,43	176,30	197,07	204,22	227,37
	<i>в % к 2013 г.</i>		-	8,47%	19,95%	34,08%	38,94%	54,69%
6.	Молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5-3,2% жирности	литр	27,38	28,56	31,50	36,77	38,57	42,45
	<i>в % к 2013 г.</i>		-	4,31%	15,05%	34,30%	40,87%	55,04%
7.	Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5-3,2% жирности	дес.	38,10	40,46	44,54	48,96	51,34	59,57
	<i>в % к 2013 г.</i>		-	6,19%	16,90%	28,50%	34,75%	56,35%

Источник:[45]

Наглядное представление соотношения тенденций изменения данной товарной группы представлено на рисунке 2.2.

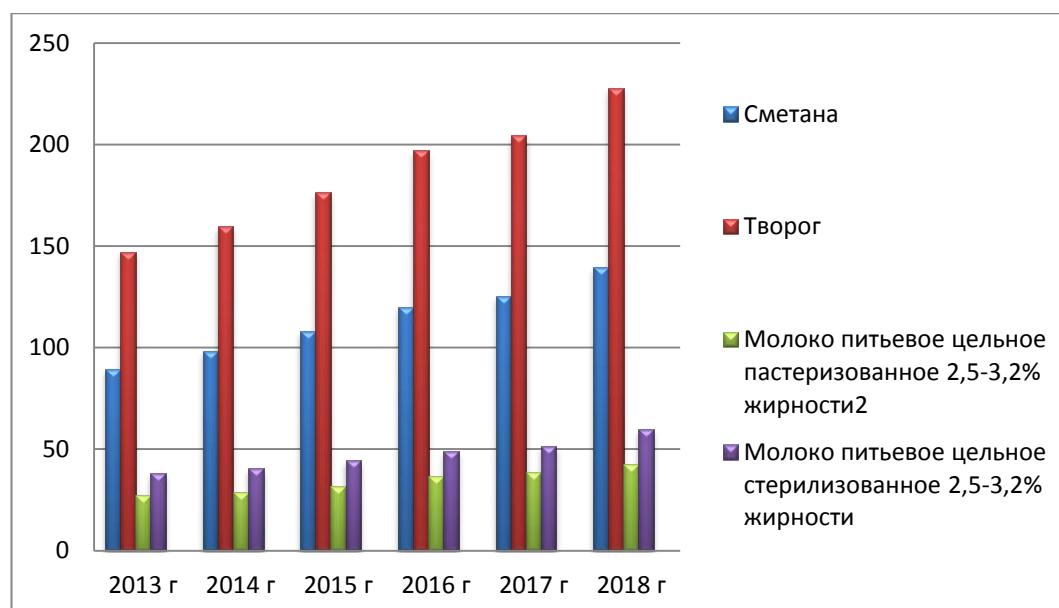


Рис. 2.2. Динамика средних розничных цен на молочную продукцию с 01.01.2013 г. по 01.01.2018 г.

Источник: [107]

На рисунке 2.2 наглядно можно проследить рост цен на молочную продукцию. Необходимо отметить значительное повышение стоимость за единицу товара с января 2016 года, с первых месяцев действия

экономических санкций. Так стоимость 1 кг творога с января 2013 года по январь 2018 года увеличилась на 55%, а на сметаны на 56%.

Таблица 2.3

Динамика средних розничных цен на крупы
с 01.01.2013 г. по 01.01.2018 г.

№ п/п	Наименование продовольственных товаров	Единица измерения	01.01.2013 г.	01.01.2014 г.	01.01.2015 г.	01.01.2016 г.	01.01.2017 г.	01.01.2018 г.
1.	Рис шлифованный	кг	31,45	31,76	36,46	54,04	57,86	47,57
	в % к 2013 г.		-	0,99%	15,93%	71,83%	83,97%	51,26%
2.	Пшено	кг	18,52	19,12	22,20	28,63	28,28	23,03
	в % к 2013 г.		-	3,24%	19,87%	54,59%	52,70%	24,35%
3.	Крупа гречневая-ядрица	кг	32,50	32,36	33,30	58,72	61,88	44,51
	в % к 2013 г.		-	-0,43%	2,46%	80,68%	90,40%	36,95%

Источник: [107]

Наглядное представление соотношения тенденций изменения данной товарной группы представлено на рисунке 2.3.

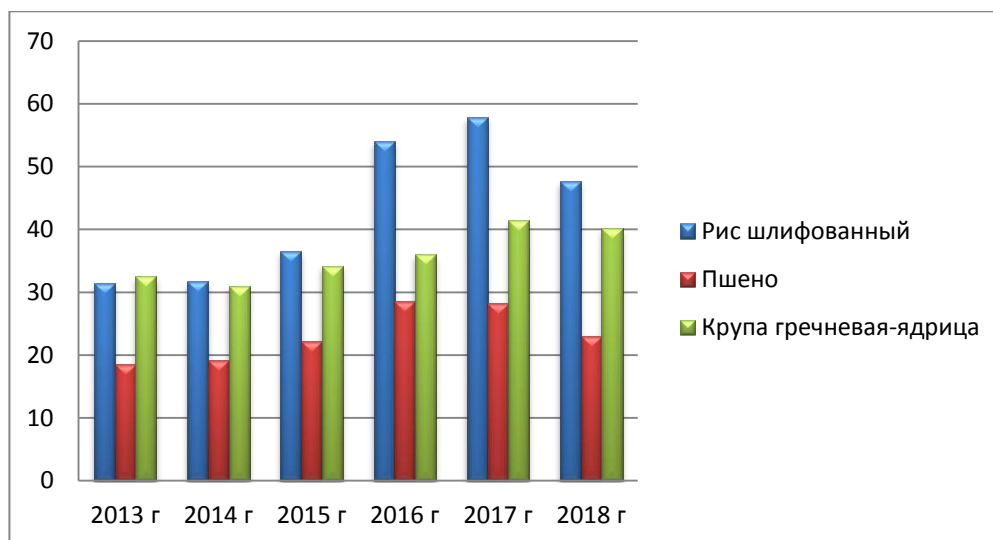


Рис. 2.3. Динамика средних розничных цен на крупы

Источник: [107]

Как видно из рисунка 2.3 цена на основные виды круп с 2017 года снижается. Так до января 2017 года цена на рис шлифованный выросла на 84%, а в период с января 2017 года по январь 2018 года снизилась на 18% и составляет в среднем 48 рублей за 1 кг. Такие же положительные изменения

прослеживаются и с другими видами круп, как пшено и крупа гречневая.

Давайте рассмотрим изменение цен на товары, вошедшие в перечень социально значимых только с 1 января 2014 года.

Таблица 2.4

Динамика средних розничных цен на свинину, курицу, колбасу вареную с 01.01.2013 г. по 01.01.2018 г.

№ п/п	Наименование продовольственных товаров	Единица измерения	01.01.2013 г.	01.01.2014г.	01.01.2015 г.	01.01.2016 г.	01.01.2017 г.	01.01.2018 г.
1.	Свинина (кроме бескостного мяса)	кг	210,70	225,20	246,34	258,29	246,36	220,68
	в % к 2013 г.		-	6,88%	16,92%	22,59%	16,92%	4,74%
2.	Куры (кроме куриных окорочков)	кг	90,50	106,02	92,14	129,00	117,38	110,18
	в % к 2013 г.		-	17,15%	1,81%	42,54%	29,70%	21,75%
3.	Колбаса вареная 1 сорта	кг	171,82	191,33	229,25	263,40	296,86	318,73
	в % к 2013 г.		-	11,35%	33,42%	53,30%	72,77%	85,50%

Источник: [107]

Наглядное представление соотношения тенденций изменения данной товарной группы представлено на рисунке 2.4.

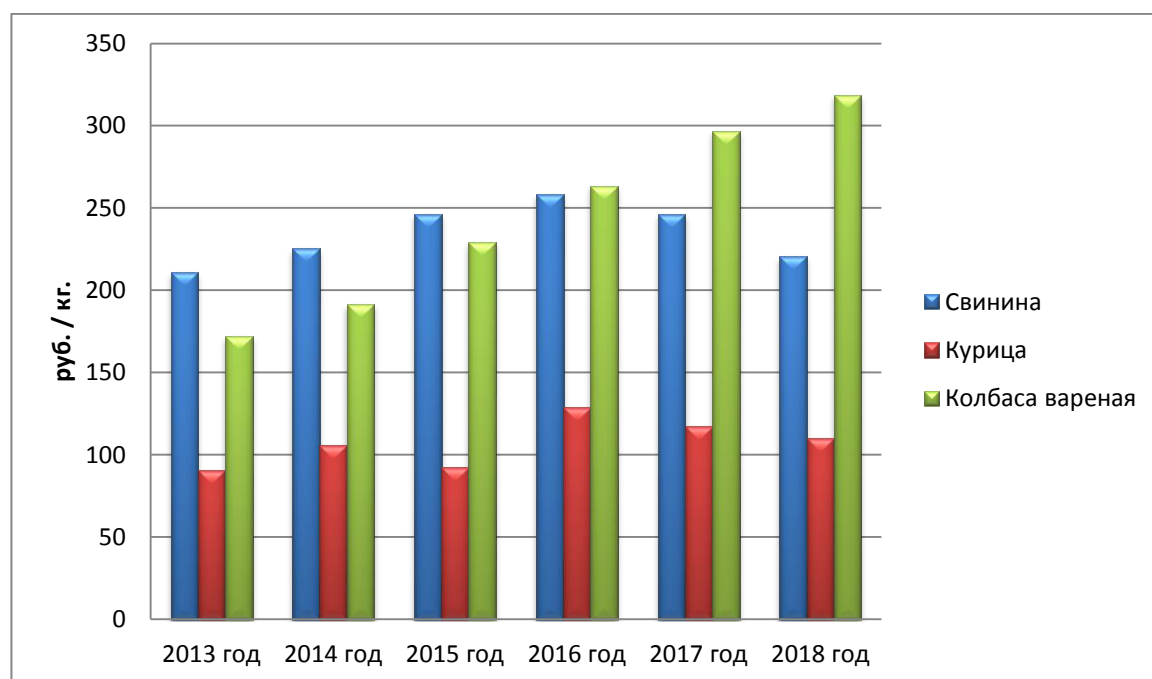


Рис. 2.4. Динамика средних розничных цен на свинину и курицу

Источник: [107]

С началом ввода экономических санкций цены на свинину и курицу начали стремительно расти вверх. В этой связи Комиссии по государственному регулированию цен и тарифов Белгородской области, было поручено руководством области, включить данные продукты в перечень социально значимых и начать мониторинг изменения цен на вышеуказанные категории товаров.

Как видно на рисунке 2.4. в период с 2013 по 2016 год цены на вышеуказанные наименования товаров увеличились на 22% и 42% соответственно.

В связи с неблагоприятной ситуацией, выразившейся в росте цен на социально значимые продукты питания, Комиссия по государственному регулированию цен и тарифов Белгородской области направила запросы в Федеральную антимонопольную службу России по Белгородской области с целью проверить хозяйственную деятельность основных ритейлеров, действующих на территории области.

По результатам проведенных проверок инспекторами ФАС по Белгородской области был зафиксирован факт нарушения действующего законодательства, а именно нарушение распоряжения Главы администрации Белгородской области от 28 июля 1995 года № 563-р «О предельном уровне торговых надбавок на товары народного потребления». Данным нормативно правовым актом регулируется предельный уровень торговых надбавок на товары, произведенные на территории области. Результатом проведенных контрольно-профилактических мероприятий стало снижение уровня розничных цен на целую группу продовольственных товаров, включая свинину, курицу, масло подсолнечное, яйцо куриное и вермишель.

Таким образом, потребительский рынок остаётся одним из наиболее устойчивых к рискам существующей сегодня экономики. Его вклад в валовый внутренний продукт, в обеспечение налоговых поступлений весьма высок.

Однако нестабильная экономическая ситуация привела к росту цен на

потребительском рынке региона, как и на всей территории Российской Федерации.

Введение экономических санкций в отношении России и падение цен на нефть с середины 2014 года привели к росту неопределенности, сокращению доходов и резкому ухудшению бизнес-уверенности, сократился инвестиционный спрос и ослабился потребительский спрос, а так же потребительские настроения на потребительском рынке региона.

2.3. Оценка государственных программ и проектной деятельности региона, направленных на противодействие экономическим санкциям

Сегодня одной из основных задач развития региона является обеспечение экономической безопасности, формирование модели сбалансированного пространственного развития на основе совершенствования системы государственного управления, прогнозирования и стратегического планирования в сфере экономики, обеспечения устойчивого роста реального сектора экономики, создания условий для разработки и внедрения современных технологий, стимулирования инновационной деятельности, повышения эффективности внешнеэкономического сотрудничества и реализации конкурентных преимуществ экспортно - ориентированных секторов экономики, развития человеческого потенциала.

В настоящее время область перешла на качественно новую управленческую систему – проектное управление, что позволяет обеспечивать эффективное взаимодействие органов власти, местного самоуправления и бизнес-структур в реализации проектов. В 2016 году проведено 20 заседаний отраслевой экспертной комиссии по рассмотрению проектов при департаменте экономического развития области, созданной для повышения результативности и эффективности деятельности, организованной по принципу управления проектами.



Рис.2.5. Перечень государственных программ, реализуемых в Белгородской области в 2017 году

Источник: [80]

Реализация главных стратегических направлений в области обеспечивается выполнением 15 государственных программ, а также принятых на областном уровне 16 концепций, 7 отраслевых стратегий, положения которых соответствуют тем программным направлениям, которые определены Президентом и Правительством Российской Федерации по экономической модернизации страны, обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности.

Важным для развития экономики области и повышения уровня жизни населения является вопрос привлечения инвестиций. Белгородская область – регион с высоким ресурсным, производственным, кадровым и научно-техническим потенциалом. Все это способствует формированию благоприятного инвестиционного климата и делает область оптимальным местом для размещения производств любого отраслевого профиля.

Наряду с созданием экономических условий, способствующих дальнейшему улучшению инвестиционного климата, Правительство области

особое внимание уделяет мероприятиям по совершенствованию организационных условий ведения предпринимательской деятельности, формированию инфраструктуры эффективной коммуникации между бизнесом и властью, защите прав инвесторов, кадровому обеспечению экономики области [80].

Продолжается работа по созданию благоприятного инвестиционного климата на территории области в рамках подпрограммы «Улучшение инвестиционного климата и стимулирование инновационной деятельности» государственной программы области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 годы», направленной на создание условий для увеличения экономического потенциала Белгородской области, повышение инвестиционной и инновационной активности бизнеса в регионе. В области проводится оценка регулирующего воздействия в целях выявления в региональных и муниципальных нормативных правовых актах и их проектах положений, вводящих избыточные обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности или способствующих их введению. По итогам «Рейтинга качества осуществления оценки регулирующего воздействия в субъектах Российской Федерации за 2016 год», опубликованном Минэкономразвития России, Белгородская область входит в число регионов с «высшим уровнем» и занимает 8 место среди субъектов Российской Федерации, 1 место в Центральном федеральном округе [81].

Правительство области реализует мероприятия Дорожной карты мониторинга результатов внедрения стандарта деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в Белгородской области на период до 2018 года, утвержденной Губернатором области 9 сентября 2015 года.

В 2016 году и текущем периоде 2017 года в рамках проектного управления внедрено на территории 22 муниципальных образований области

206 успешных практик по развитию малого и среднего предпринимательства, сформированных АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». Реализуется комплекс мер по внедрению 12 целевых моделей регулирования и правоприменения по 9 приоритетным направлениям улучшения инвестиционного климата, утвержденных распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 января 2017 года № 147-р. По итогам I полугодия 2017 года средний процент внедрения по целевым моделям упрощения процедур ведения бизнеса составил 67,3 процента [103].

С целью привлечения инвестиций в экономику области и стимулирования реализации крупных инвестиционных проектов, создания новых производств и высокопроизводительных рабочих мест 22 июня 2017 года Белгородской областной Думой приняты законы области: «О внесении изменений в закон Белгородской области «О льготах по налогу на прибыль организаций» №177 и «О порядке принятия решений о включении организации или об отказе включения организации в реестр участников региональных инвестиционных проектов и о порядке и условиях принятия решения о внесении изменений в данный реестр» №178. Принятые законы устанавливают пониженную ставку налога на прибыль для организаций, реализующих крупные региональные инвестиционные проекты.

В результате проводимой системной работы ежегодный объем инвестиций на развитие экономики и социальной сферы в Белгородской области с 2011 года превышает 120 млрд. рублей, а с 2015 года – 140 млрд. рублей, что составляет около 1% объема инвестиций в целом по Российской Федерации. На протяжении 20 лет область входит в число первых десяти регионов страны с наименьшими интегральными инвестиционными рисками и по итогам ежегодного рейтинга инвестиционной привлекательности российских регионов, проведенного рейтинговым агентством «Эксперт РА» в декабре 2016 года, занимает 8 место. В рейтинге делового гостеприимства регионов, составленного некоммерческим партнерством «Клуб лидеров по

продвижению инициатив бизнеса» в 2017 году, Белгородская область занимает 3 место. Самые высокие оценки регион получил за уровень развития городской и транспортной инфраструктуры и организации по привлечению инвестиций.

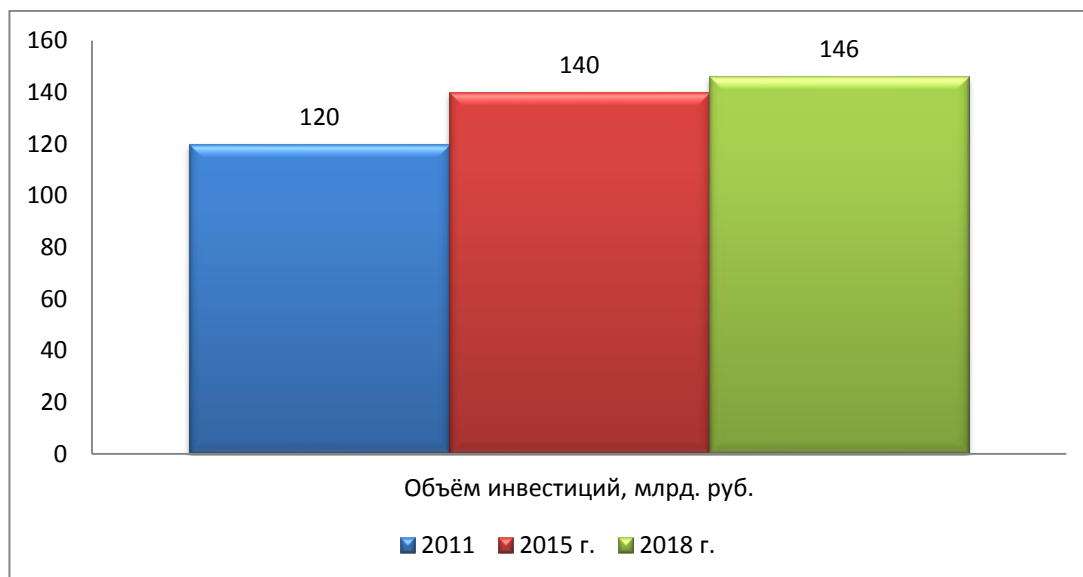


Рис.2.6. Объем инвестиций на развитие экономики и социальной сферы в Белгородской области с 2011 по 2018 гг.

Источник: [107]

По данным Белгородстата за январь-июнь 2016 года объем инвестиции в основной капитал составил 50,0 млрд. рублей. Инвестиции в основной капитал (без субъектов малого предпринимательства и объема инвестиций, не наблюдаемых прямыми статистическими методами) – 29,3 млрд. рублей.

В промышленности деятельность Правительства области направлена на создание новых современных конкурентоспособных производств, развитие импортозамещения, сохранение и дальнейшее развитие достигнутых предприятиями позиций на внешнем и внутреннем рынках [103].

В январе-июне 2017 года индекс промышленного производства по сравнению с январем-июнем 2016 года в сопоставимых условиях составил 105,3% (по России – 102%), в том числе по видам экономической деятельности «добыча полезных ископаемых» – 101,7%, «обрабатывающие производства» – 107,6%, «обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционированием воздуха» – 102,1%, «водоснабжение;

водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений» – 105,8 процента.

Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по промышленным видам деятельности за январь-июнь 2017 года составил 356,7 млрд. рублей. Наибольший удельный вес в структуре отгруженной промышленной продукции занимали виды экономической деятельности: «обрабатывающие производства» – 78,4%, «добыча полезных ископаемых» – 17 процентов. В общем объеме отгруженных товаров 44,4% приходится на предприятия, занятые производством пищевых продуктов, 18,6% – металлургическим производством [104].

Среди областей Центрального федерального округа в I полугодии 2017 года по объему отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами на душу населения Белгородская область заняла по виду экономической деятельности «обрабатывающие производства» третье место.

Предприятиями обрабатывающих производств области осуществлялись мероприятия, направленные на дальнейшее наращивание объемов производства, выпуск новых видов конкурентоспособной продукции.

В январе-июне 2017 года увеличился индекс производства по сравнению с январем-июнем 2016 года по предприятиям, занимающихся производством пищевых продуктов (на 15,3%), производством текстильных изделий (на 10,4%), производством одежды (в 1,9 раза), производством кожи и изделий из кожи (на 17,7%), обработкой древесины и производством изделий из дерева и пробки, кроме мебели, производством изделий из соломки и материалов для плетения (в 1,7 раза), производством бумаги и бумажных изделий (на 11,2%), производством лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях (на 15,9%), производством прочей неметаллической минеральной продукции (на 25,4%), производство металлургическое (на 2%), производством машин и оборудованием, не

включенных в другие группировки (на 16,2%).

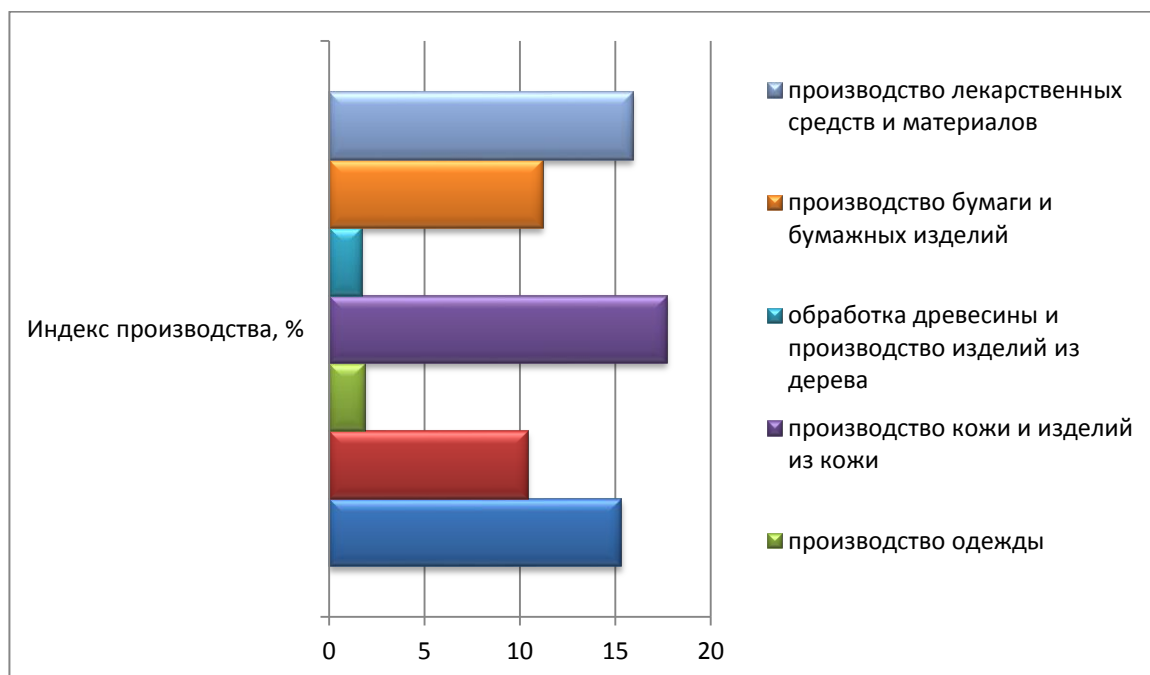


Рис.2.7 Изменение индекса производства по сравнению с 2016 годом

Источник: [104]

Предприятия металлургического производства, пищевой промышленности, промышленности строительных материалов выпускают широкий спектр конкурентоспособной продукции. В январе-июне 2017 года по сравнению с аналогичным периодом 2016 года отмечен рост производства по следующим видам промышленной продукции: говядина, кроме субпродуктов (102,6%), мясо и субпродукты пищевые домашней птицы (105,1%), комбикорма (107,3%), сталь нелегированная в слитках в прочих первичных формах полуфабрикаты из нелегированной стали (в 18,8 раза), окатыши железорудные (135,5%), бетон готовый для заливки (товарный бетон) (115,3%).

В целях обеспечения условий для модернизации действующих и создания новых высокоэффективных производств в машиностроительном комплексе области реализуется подпрограмма «Развитие промышленности» государственной программы области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в

Белгородской области на 2014-2020 годы», определяющая основы комплексного программно-целевого подхода развития машиностроительного комплекса [107].

Кроме того, в рамках импортозамещения реализуются проекты по созданию новых производств:

– ООО «Белгородский завод сапфиров «Монокристалл» осуществляется реализация инвестиционного проекта по расширению производственных мощностей по выращиванию синтетического сапфира для производства светодиодов, смартфонов и других промышленных применений;

– ООО «Индустрия» – создание комплекса по производству обоев, в октябре 2016 года запущена первая очередь проекта (срок реализации 2015 – 2018 годы);

– ЗАО «Фабрика диаграммных бумаг» – реализация проекта по организации производства термочувствительной бумаги.

В марте 2017 года в Белгороде состоялось открытие ювелирного завода «Арт-карат». В рамках инвестиционного проекта создан производственно-офисный комплекс общей площадью 6 тыс. кв. метров, в котором установлено современное импортное высокотехнологичное и инновационное оборудование для создания высокохудожественных ювелирных изделий с объемом производства не менее 1,8 тыс. кг изделий в год.

Организациями топливно-энергетического комплекса проводятся мероприятия, направленные на дальнейшее развитие энергетического комплекса, обеспечение энергетической сбалансированности, создание новых и модернизацию действующих генерирующих мощностей, в том числе объектов малой энергетики. Удовлетворяется текущая потребность производственных отраслей и хозяйствующих субъектов области в энергоносителях. Необходимые показатели надежности обеспечиваются за счет реконструкции электрических сетей, резервирования мощностей, внедрения новейших технологий и современного оборудования. К наиболее

крупным организациям, определяющим развитие топливно-энергетического комплекса региона, относятся филиал ПАО «Квадра» – «Белгородская генерация», филиал ПАО «МРСК Центра» – «Белгородэнерго», ОАО «Белгородская сбытовая компания», ОАО «Теплоэнерго» г. Старый Оскол, ООО «Газпром межрегионгаз Белгород», ОАО «Газпром газораспределение Белгород» [68].

Кроме того, в целях повышения надежности и качества оказываемых услуг потребителям, а также расширения возможности подключения новых абонентов в 2017 году реализуется 6 инвестиционных программ в сфере водоснабжения, 5 в сфере водоотведения и 1 теплоснабжения.

Ведущим сектором экономики области является сельское хозяйство. В области реализуется государственная программа области «Развитие сельского хозяйства и рыбоводства в Белгородской области на 2014-2020 годы».

В 2017 году в соответствии с принятыми распоряжениями Правительства Российской Федерации предусматривается государственная поддержка предприятий агропромышленного комплекса из федерального бюджета в сумме 7,1 млрд. рублей. В областном бюджете на поддержку сельскохозяйственного производства предусмотрены средства в сумме 0,9 млрд. рублей.

Всеми категориями хозяйств области в I полугодии 2017 года было произведено продукции сельского хозяйства на сумму 96,3 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах выше, чем за аналогичный период 2016 года на 3,8 процента [56].

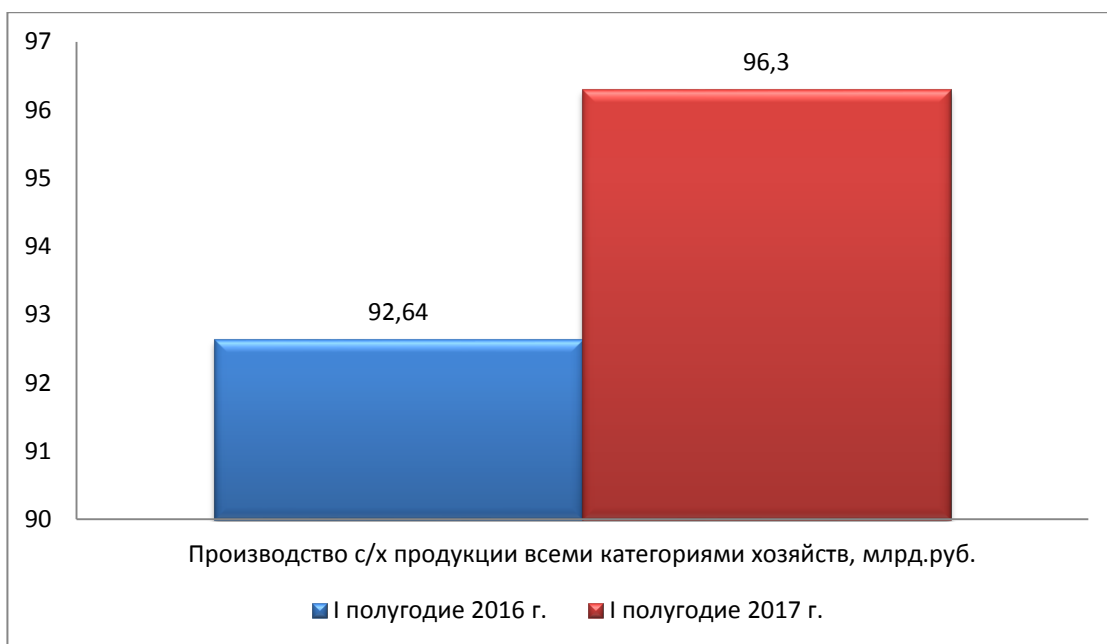


Рис. 2.7. Динамика производства с/х продукции на территории области
Источник [107]

Животноводство по-прежнему остается одним из приоритетов развития сельскохозяйственного производства. За январь-июнь 2017 года во всех категориях хозяйств произведено скота и птицы в объеме 850,2 тыс. тонн, (104,4% к аналогичному периоду 2016 года), молока – 296,3 тыс. тонн (108,7%), яиц – 805,2 млн. штук (103,6%).

Белгородская область продолжает занимать лидирующие позиции по поставкам животноводческой продукции на отечественный рынок. В I полугодии 2017 года по объему производства мяса в расчете на душу населения область занимает первое место среди всех регионов Центрального федерального округа.

На сегодняшний день в целях улучшения жилищных условий граждан, проживающих в сельской местности, в том числе молодых семей и молодых специалистов, а также создания благоприятных условий для проживания в сельских населённых пунктах на территории области реализуется федеральная целевая программа «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года».

В рамках реализации мероприятий по экономическому развитию

сельских территорий в области активно поддерживается развитие малых форм хозяйствования на селе, в том числе малого предпринимательства.

В текущем году продолжена реализации мероприятий по поддержке фермерских хозяйств, в том числе в рамках программ «Поддержка начинающих фермеров» и «Развитие семейных животноводческих ферм», а также кооперативов в рамках программы «Развитие сельскохозяйственной кооперации».

С целью повышения занятости, уровня и качества жизни сельского населения, а также предпринимательской активности сельских жителей Белгородской области с 10 февраля 2017 года принята к реализации ведомственная программа «Я – сельский предприниматель», предусматривающая предоставление грантовой поддержки фермерским хозяйствам и кооперативам [58].

В рамках программы «Семейные фермы Белогорья» на территории области работают 5097 семейных предприятий. По итогам I полугодия 2017 года объём произведённой сельскохозяйственной продукции и оказанных услуг составил 4092 млн. рублей.

Основной вклад в развитие агропромышленного комплекса вносят крупные организации, занимающие ведущие позиции по формированию областного рынка продовольствия в своих товарных сегментах, которыми реализуются инвестиционные проекты в свиноводстве, птицеводстве, молочном животноводстве, производстве овощей защищенного грунта, садоводстве, селекции и семеноводстве.

В свиноводстве реализуются проекты:

- ООО «АПК «ПромАгро» – строительство животноводческих свинокомплексов «Оскольский бекон 4», (срок реализации 2016-2017 годы);
- ООО «Белгранкорм» – строительство второй очереди по откорму свиней, (срок реализации 2017 год);
- ГК «Агро-Белогорье» ведется строительство пяти свиноводческих комплексов общей мощностью 53,9 тыс. тонн, (срок реализации 2015-2018

годы).

В молочном животноводстве:

– ГК «Зеленая долина» в целях обеспечения роста производства молока, осуществляет разработку проекта по созданию современной технологической базы для производства и переработки молока мощностью 1 тыс. тонн в сутки. В рамках реализации данной стратегии ООО «Молочная компания «Северский Донец» закончено строительство первой очереди проекта по созданию молочного комплекса на 1980 голов фуражных коров в с. Мазикино, Корочанского района, (срок реализации 2014-2017 годы);

– ООО «Агропрод» приступил к реализации проекта по строительству молочно-товарного комплекса на 2100 скотомест в Красногвардейском районе, (срок реализации 2016-2017 годы).

В птицеводстве:

– ООО «Белгранкорм» – строительство бройлерной птицефабрики «Томаровская», мощностью 19 тыс. тонн птицы в живом весе и реконструкция инкубационных мощностей на 21 млн. шт. в год осуществляется реконструкция инкубационных мощностей путем увеличения годовой мощности действующего инкубатора на 21 млн. штук яиц (с. Завидовка Яковлевский район), (срок реализации 2016-2017 годы);

– ООО «Белянка» реализует проект по развитию производства яйца куриного в Шебекинском районе с доведением производственных мощностей до 590 млн. штук яиц в год, (срок реализации 2015-2021 годы).

В комбикормовом производстве и растениеводстве основными участниками являются:

– ОАО «БЭЗРК» – строительство маслоэкструзионного завода по переработке подсолнечника, сои, рапса мощностью 1200 тонн/сутки, зерносушильного комплекса мощностью 1600 тонн/сутки и складских мощностей по хранению сырья в количестве 80 тыс. тонн в п. Пролетарский Ракитянского района (срок реализации 2015-2017 годы);

– ООО «ГК «Зеленая Долина» – строительство 4-х зерносушильных

комплексов для подработки и хранения зерновых и масличных культур в Вейделевском, Шебекинском, Ивнянском, Корочанском районах мощностью на 20 тыс. тонн хранения каждый (срок реализации 2014-2019 годы);

– ООО «Русагро-Инвест» – строительство зерносушилки и мощностей по хранению зерна, а также реконструкцию семенных токов (срок реализации 2016-2019 годы).

– ООО «ГК Агро-Белогорье» – строительство комбикормового завода мощностью 210 тыс. тонн с элеватором мощностью 60 тыс. тонн единовременного хранения зерна ООО «Яковлевский комбикормовый завод».

В пищевой промышленности планируются к реализации следующие проекты:

– ООО «АПК «ПромАгро» – строительство третьей очереди завода по производству и переработке мясной продукции (срок реализации 2016 – 2017 годы);

– ЗАО «Свинокомплекс «Короча» реализует проекты по увеличению мощностей по заморозке свинины, модернизации участка обвалки и ввода в эксплуатацию линии по производству жареного бекона (срок реализации: 2015-2017 годы);

– ООО «Белая птица – Белгород» проекты по организации производства продукции из мяса птицы HORECA на территории г.Белгорода и в Шебекинском районе (срок реализации: 2016-2017 годы);

– ОАО «ЭФКО» - увеличение мощностей цеха молочных продуктов (срок реализации: 2017-2018 годы);

– ООО «Хохланд Руссланд» – строительство третьей очереди завода по производству сыра, проектная мощность увеличится вдвое до 38 тыс. тонн готовой продукции в год (срок реализации: 2015-2020 годы).

В производстве овощей защищенного грунта:

- ООО «Гринхаус» – строительство первой очереди тепличного комплекса на территории Старооскольского городского округа (срок

реализации 2015-2017 годы);

– ООО «Оскольский тепличный комбинат» - создание тепличного комплекса площадью 6 га на территории Старооскольского городского округа (срок реализации 2015-2017 годы);

– ГК «Приосколье» приступает к реализации крупнейшего проекта по внедрению в производство технологии «Центра инновационных биотехнологий» по изготовлению мицелия шампиньонов и выпуску 25 тыс. тонн грибного субстрата, а также строительству тепличного комплекса, рассчитанного на выращивание более 3 тыс. тонн шампиньонов в год (срок реализации: 2017-2018 годы) [104].

В рамках программы развития садоводства планируются к реализации более 50 инвестиционных проектов, направленных на развитие производства семечковых и косточковых культур. Наибольшую долю занимают небольшие фермерские хозяйства, благодаря которым закладка садов интенсивного типа идет опережающими темпами.

Предприятиями ООО «Цветущий сад», ООО «Пчёлка», ООО «Сады Белогорья», ООО «Белый сад», ЗАО «Корочанский плодопитомник» реализуются проекты по закладке плодовых садов семечковых культур общей стоимостью более 3,5 млрд. рублей. В 2017 году планируется заложить на менее 700 га многолетних насаждений.

Правительством области уделяется большое внимание производственному строительству и строительству объектов социальной сферы, а также благоустройству населенных пунктов, жилищному и дорожному строительству.

В январе-июне 2017 года построены помещения для крупного рогатого скота на 2,7 тыс. мест, помещения для свиней на 10,3 тыс. мест, зерносушилки стационарные на 40 тонн в час, введены в эксплуатацию предприятия по производству комбикормов производительностью 815 тонн в сутки, механизированный зерносклад мощностью 5 тыс. тонн единовременного хранения. За счет реконструкции увеличилась мощность

комбикормовых цехов на 480 тонн в сутки.

Объем работ, выполненных по виду деятельности «строительство», в январе-июне 2017 года составил 25,4 млрд. рублей или 119,4% к уровню января-июня 2016 года в сопоставимых ценах [87].

В промышленности строительных материалов осуществляется строительство цементного завода, мощностью 3 млн. тонн в год в Красногвардейском районе области, ввод планируется в 2020 году (АО «СтандартЦемент»).

В августе 2017 года в Красногвардейском районе Белгородской области состоялось торжественное открытие завода по производству керамического кирпича ООО «Красная гвардия» мощностью 60 млн. штук усл. изделий в год.

В январе-июне 2017 года оборот розничной торговли составил 148,8 млрд. рублей, что в товарной массе составляет 100,1% к аналогичному периоду 2016 года. В структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий в I полугодии 2017 года составил 37,7 %, непродовольственных товаров – 62,3 процента.

Формирование оборота розничной торговли происходило в основном за счет оборота торгующих организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в стационарной торговой сети вне рынка. Их доля в обороте составила 91,2 процента. Продажа товаров на розничных рынках и ярмарках в январе–июне 2017 года сократилась, и ее доля в общем объеме розничного товарооборота составила 8,8 % (за аналогичный период 2016 года – 13,4%) [106].

По состоянию на 1 июля 2017 года в рамках реализации Плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности Белгородской области в 2016 году и на 2017 год в муниципальных районах и городских округах сохранено 4,9 тыс. торговых мест нестационарной торговли для реализации сельскохозяйственной продукции, выращенной в личных подсобных и

крестьянско-фермерских хозяйствах Белгородской области.

В январе-июне 2017 года в муниципальных образованиях области проведено 2025 ярмарок с привлечением сельхозтоваропроизводителей и перерабатывающих предприятий области, включая крестьянские (фермерские) хозяйства и личные подсобные хозяйства.

В целях развития экономики области, улучшения использования ее промышленного, сельскохозяйственного и сырьевого потенциала, формирования устойчивых торгово-экономических связей с товаропроизводителями других регионов России и стран ближнего и дальнего зарубежья, а также продвижения товаров областного производства на отечественный и зарубежный рынки за прошедший период 2017 года в выставочно-конгрессном комплексе «Белэкспоцентр» проведены 14 выставок – ярмарок.

В 2017 году продолжается работа по пресечению и недопущению незаконного оборота пищевой, в том числе алкогольной продукции, а также фактов несанкционированной торговли на потребительском рынке области. По данным Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Белгородской области в январе-июне 2017 года доля товаров ненадлежащего качества, поступающих на потребительский рынок, по большинству продовольственных и непродовольственных товаров сократилась по сравнению с январем-июнем 2016 года.

В соответствии с распоряжением Правительства Белгородской области от 24 марта 2017 года № 129-рп «О проведении в Белгородской области в 2017 году «Года качества» утвержден план основных мероприятий и проектов по проведению на территории Белгородской области «Года качества», включающий в себя блок работ по защите рынка от недоброкачественной и фальсифицированной продукции.

17 июня 2017 года, в соответствии с календарным планом основных мероприятий и проектов по проведению на территории Белгородской

области «Года качества», на территории рекреационно-оздоровительного комплекса «Пикник-парк» прошел III Фестиваль по барбекю «Гриль Фест Белгород – 2017» [101].

В январе-июне 2017 года населению области оказано платных услуг на сумму 39,8 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах составляет 100,6% к январю-июню 2016 года. В структуре объема платных услуг населению продолжали преобладать жилищно-коммунальные услуги, бытовые услуги, услуги телекоммуникационные, транспортные услуги, на долю которых приходилось 73% от общего объема.

Стратегическим направлением является развитие малого и среднего предпринимательства. Режим наибольшего благоприятствования для бизнеса обеспечивают механизмы организационной, финансово-кредитной и имущественной поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в рамках подпрограммы развития этого сектора, предусмотренной действующей государственной программой «Развитие экономического потенциала и создание благоприятного предпринимательского климата Белгородской области на 2014-2020 годы».

В области действуют современные объекты инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства: Микрофинансовая компания Белгородский областной фонд поддержки малого и среднего предпринимательства, Белгородский региональный ресурсный инновационный центр, Белгородский гарантийный фонд содействия кредитованию, промышленные парки, бизнес-инкубаторы, технопарк, центры инноваций социальной сферы, кластерного развития, инжиниринга, молодежного инновационного творчества. Инструменты поддержки предпринимательства нацелены на развитие действующих компаний, имеющих потенциал роста, зарекомендовавших себя в качестве добросовестных налогоплательщиков, активных участников социальных проектов.

В 2017 году на государственную поддержку малого и среднего

предпринимательства в рамках подпрограммы предусмотрены средства областного и федерального бюджетов в объеме 141,1 млн. рублей, из них средства областного бюджета – 61,2 млн. рублей, федерального – 79,9 млн. рублей. Субсидии из федерального бюджета предоставлены в соответствии с соглашением от 21 февраля 2017 года №139 09 151, заключенным между Минэкономразвития России и Правительством области [102].

За январь-июнь 2017 года Микрофинансовой компанией Белгородский областной фонд поддержки малого и среднего предпринимательства субъектам малого и среднего предпринимательства предоставлено 66 целевых займов в объеме 110 млн. рублей, из них по программе микрофинансирования – 37 целевых займа в объеме 63,9 млн. рублей и 29 целевых займов в объеме 46,1 млн. рублей за счет средств микрофинансовой компании.

Белгородским гарантийным фондом содействия кредитованию с начала 2017 года выдано 6 поручительств на сумму 58,8 млн. рублей по необеспеченным банковским кредитам субъектов малого и среднего предпринимательства, что позволило привлечь в данную сферу кредитные ресурсы в объеме 122,5 млн. рублей.

Имущественная поддержка в форме льготного размещения в офисных помещениях инновационного бизнес-инкубатора и аренды нежилых помещений регионального технопарка в I полугодии 2017 года предоставлялась 43 субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим деятельность в научно-технической, инновационной и производственной сферах, 12 малых компаний в отчетный период завершили процесс бизнес-инкубирования [110].

Реализуется программа по развитию промышленных парков на территории области до 2020 года. В настоящее время осуществляют деятельность два промышленных парка: «Северный» и «Волоконовский». В текущем периоде продолжена работа по реализации проекта «Создание промышленного парка «Северный» с использованием механизма

государственно-частного партнерства. В ходе реализации данного проекта на территории промышленного парка построены производственные помещения и бизнес-инкубатор энергосберегающих технологий. На территории промышленного парка «Волоконовский» п. Волоконовка в рамках совместного проекта Правительства области и Минэкономразвития России ведется работа по созданию производственного бизнес-инкубатора для дальнейшего развития инфраструктуры поддержки предпринимателей на ранней стадии их деятельности.

Кроме того, на территории регионального технопарка функционирует «Бизнес-пространство «Контакт» – площадка, на которой проводятся event-мероприятия, дающие возможность для генерации идей и формирования новых бизнес-команд. В I полугодии 2017 года проведены заседание Общественного совета, действующего при Уполномоченном по защите прав предпринимателей в Белгородской области, форум для IT-специалистов, соревнования по робототехнике BelRobot 2017: АГРО; награждение участников и победителей конкурсов «УМНИК» и «Технократ»; форум разработчиков Work IT «ГОРОД В ONLINE».

Важным направлением организационно-консультационной поддержки малого и среднего бизнеса является деятельность Многофункциональных центров по оказанию государственных и муниципальных услуг. В настоящее время действуют 2 площадки МФЦ, предоставляющие услуги бизнесу в формате «одно окно». За январь-июнь 2017 года МФЦ оказано 862 услуги, из них 756 услуг – субъектам МСП.

Губернатором области 22 февраля 2017 года утверждена «дорожная карта» внедрения в Белгородской области Целевой модели «Поддержка малого и среднего предпринимательства», которая позволит сформировать базовую инфраструктуру поддержки предпринимательства, повысить уровень доступности мер поддержки как для граждан, планирующих осуществлять предпринимательскую деятельность, так и для действующих субъектов МСП.

Развитие реального сектора экономики способствует созданию условий для эффективной реализации человеческого потенциала и обеспечению достойного качества жизни населения.

Денежные доходы в расчете на душу населения в январе-июне 2017 года сложились в сумме 28359 рублей, что выше аналогичного периода 2016 года на 2,3 процента.

Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций без выплат социального характера в целом по области в январе-июне 2017 года составила 28400,6 рублей и выросла по сравнению с соответствующим периодом 2016 года на 7,9 процента.

Наиболее высокая заработная плата наблюдалась у работников организаций по добыче металлических руд, в сфере предоставления финансовых услуг, информации и связи, металлургического производства. Средняя заработная плата работников по этим видам деятельности превысила показатель в целом по области в 1,5-1,6 раза. Самая низкая заработная плата отмечается у работников организаций по производству кожи и изделий из кожи, предоставлению услуг почтовой связи и курьерской деятельности, спорта, отдыха и развлечений, ее размер в январе-мае 2017 года составил соответственно 41,6%, 49,9% и 58,5% от областного уровня.

Таким образом, для достижения поставленных задач, стабильного и результативного развития экономики являются проектный и программно-целевой методы управления регионом. Реализация главных стратегических направлений в регионе обеспечивается выполнением 15 государственных программ, а также принятых на областном уровне 16 концепций, 7 отраслевых стратегий, положения которых соответствуют тем программным направлениям, которые определены Президентом и Правительством Российской Федерации по экономической модернизации страны, обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности.

Выводы по второй главе:

- на сегодняшний день потребительский рынок является одним из основных элементов развития муниципальной и региональной экономики;

- потребительский рынок представляет собой совокупность отношений, с помощью которых можно управлять социально экономическим развитием региона посредством удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах, обеспечивая граждан рабочими местами и вовлекая их в участие в хозяйственной жизни региона или муниципалитета;

- с конца 2013 года потребительский рынок оказалась под серьезным давлением в связи с ухудшением геополитической и финансовой ситуации;

- для улучшения ситуации на потребительском рынке области, обеспечения стабильной работы предприятий пищевой промышленности, а также замещения импортных товаров на аналогичные товары российских и белгородских товаропроизводителей руководством области проводится политика, направленная на стабилизацию экономики региона;

- анализ данных мониторинга розничных цен и представленности показал, что в Белгородской области не отмечается резкого роста цен, а также снижения уровня представленности продовольственных товаров в сетевых, несетевых розничных торговых предприятиях, нестационарной торговле, на розничных рынках и ярмарках, проводимых на постоянной основе;

- в 2017 году состояние экономики области характеризовалось в основном положительными тенденциями, обеспечено увеличение промышленного и сельскохозяйственного производства, сохраняется стабильная ситуация на рынке труда;

- Белгородская область остается в числе сильнейших регионов РФ и занимает лидирующие позиции в Центральном федеральном округе;

- основными стратегическими направлениями развития области являются реализация проектов в промышленности, сельском хозяйстве, животноводстве, создание новых современных конкурентоспособных производств, развитие импортозамещения, сохранение и дальнейшее

развитие достигнутых предприятиями позиций на внешнем и внутреннем рынках привлечение инвестиций, создание частных промышленных (индустриальных) парков;

- несмотря на то, что в связи с нестабильной экономической ситуацией в 2015 - 2016 годах потребители существенно сократили покупки товаров долгосрочного использования: упал спрос на автомобили, мебель, ювелирные изделия, в 2018 - 2019 годах прогнозируется возвращение на потребительский рынок отложенного покупательского спроса. Ожидается увеличение продаж строительных, лакокрасочных материалов, что в первую очередь будет связано с ожидаемым восстановлением экономики, влиянием госпрограмм поддержки жилищного строительства и ипотечного кредитования;

- сегодня одной из основных задач развития региона является обеспечение экономической безопасности, формирование модели сбалансированного пространственного развития на основе совершенствования системы государственного управления, прогнозирования и стратегического планирования в сфере экономики, обеспечения устойчивого роста реального сектора экономики, создания условий для разработки и внедрения современных технологий, стимулирования инновационной деятельности, повышения эффективности внешнеэкономического сотрудничества и реализации конкурентных преимуществ экспортно - ориентированных секторов экономики, развития человеческого потенциала;

- основными инструментами достижения поставленных задач, ускоренного и результативного развития экономики являются программно-целевой и проектный методы управления регионом. Реализация главных стратегических документов в области обеспечиваются выполнением 15 государственных программ.

ГЛАВА 3. ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОЛИТИКИ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ (на примере Белгородской области)

3.1. Основные направления региональной политики в части решения экономических проблем, вызванных введением экономических санкций

Сегодня для России складываются неблагоприятные внутренние и внешне экономические и политические условия, поэтому с учетом нового этапа в развитии межгосударственной интеграции – началом функционирования с 2015 года Евразийского экономического союза, членством Российской Федерации в ВТО, а также введением отдельными странами антироссийских экономических санкций и принятием ответных мер со стороны России, увеличивается необходимость быстрого наращивания объемов отечественных продуктов питания и решения задачи импортозамещения.

Стратегия импортозамещения должна опираться на развитие и модернизацию ряда отраслей национальной экономики, повышение качества производимого товара, технологий применяемых на предприятиях, развитие инноваций. Результатом продуманной политики импортозамещения должно стать повышение конкурентоспособности отечественной продукции посредством стимулирования технологической модернизации производства, повышения его эффективности и освоения новых конкурентоспособных видов продукции. При этом ориентироваться, прежде всего, на те отрасли, где страна уже имеет отраслевое преимущество или может его получить. Стремление начать производство какого-либо товара на своей территории при недостаточных ресурсах и мощностях может привести к большей зависимости от импорта.

В соответствии с законом от 28.06.2015г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» Правительством РФ принято

решение о разработке стратегии пространственного развития Российской Федерации. Данная стратегия должна определить цели и задачи комплексного регионального развития России, приоритеты в размещении производственных сил и определить направления оптимизации воспроизводственной структуры, решения вопросов импортозамещения продовольственных товаров в связи с обострением проблемы: роста цен на продукты питания населения, обеспечения продовольственной безопасности, конкурентной борьбы на рынке [41, с. 183].

Проблема снабжения населения отечественными продуктами берет свое начало в сельском хозяйстве и имеет комплексный характер. Во-первых, низкий уровень технического потенциала, что сказывается на кадровом обеспечении, которое нуждается в привлечении новых квалифицированных специалистов. Во-вторых, условия работы и жизнедеятельности тех, кто работает на земле. Не следует забывать об изменениях банковской политики по сравнению с периодом пятнадцатилетней давности, когда банки выступали в качестве инициаторов крупных аграрных проектов и разрабатывали самостоятельно бизнес-планы для предприятий для получения последующей прибыли.

Оценка этих факторов диктует необходимость разработки качественно новой экономической политики, направленной на ведение расширенного воспроизводства в АПК и обеспечения продовольственной независимости, с принятием эффективных мер, по импортозамещению производства мяса, молока, картофеля, овощной продукции фруктов и ягод.

Серьезные изменения в сфере потребительского рынка начались после введения санкций, а именно согласно Указу Президента России от 6 августа 2014 года «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» запрещается ввоз на территорию РФ «отдельных видов» сельскохозяйственных товаров, сырья, продовольствия, страной происхождения которых является государство, принявшее решение о введении экономических санкций в отношении

российских юридических или физических лиц или поддерживающее такое решение. В числе стран, попавших под эмбарго оказались страны ЕС, США, Канада, Австралия, Норвегия.

В результате принятых антисанкционных мер за первое полугодие 2017 г. импорт продовольствия в России сократился на 38,4 % и составил 12,6 млрд. долл. США. Ситуация с импортом продовольствия в Россию, а по расчетам специалистов он занимает на отечественном рынке до 40 %, представляет реальную угрозу не только продовольственной, но и в целом национальной безопасности и требует принятия неотложных мер.

В структуре импорта значительную часть составляет продукция животноводства, овощи, фрукты (табл. 1). К сожалению, за последние 15 лет увеличился импорт рыбы, макаронных изделий, злаков, картофеля, по которым Россия вполне могла бы «закрыть» потребности собственным производством.

Таблица 3.1

Импорт основных продовольственных товаров в России, тыс. тонн

	1992	2000	2005	2015	2016	2017
Мясо свежее и мороженное	288	517	1340	1614	1285	1012
<i>в% к 1992 г.</i>	-	179,5	465,3	560,4	446,2	351,4
Мясо птицы	46	694	1329	688	523	452
<i>в% к 1992 г.</i>	-	1508,7	2889,1	1495,7	1137,0	982,6
Молоко и сливки сгущ.	46	77	314	238	214	181
<i>в% к 1992 г.</i>	-	167,4	682,6	517,4	465,2	393,5
Масло сливочное	25	71	132	134	130	122
<i>в% к 1992 г.</i>	-	284,0	528,0	536,0	520,0	488,0
Изделия и конс. из мяса	28	26	42	41	41	35
<i>в% к 1992 г.</i>	-	92,9	150,0	146,4	146,4	125,0
Сахар-сырец	2137	4547	2803	2086	530	666
<i>в% к 1992 г.</i>	-	212,8	131,2	97,6	24,8	31,2
Сахар белый	1711	567	625	285	69	285
<i>в% к 1992 г.</i>	-	33,1	36,5	16,7	4,0	16,7
Зерновые культуры	28867	4677	1449	444	1302	930
<i>в% к 1992 г.</i>	-	16,2	5,0	1,5	4,5	3,2
Мука	1440	175	74	120	92	-
<i>в% к 1992 г.</i>	-	12,2	5,1	8,3	6,4	-
Макаронные изделия	342	36	79	59	123	105
<i>в% к 1992 г.</i>	-	10,5	23,1	17,3	36,0	30,7
Картофель	142	359	103	711	447	687
<i>в% к 1992 г.</i>	-	252,8	72,5	500,7	314,8	483,8
Рыба свеж. и морож.	41	328	787	792	775	649
<i>в% к 1992 г.</i>	-	800,0	1919,5	1931,7	1890,2	1582,9

Окончание табл. 3.1

	1992	2000	2005	2015	2016	2017
Фрукты и овощи	119	125	274	277	241	-
<i>в% к 1992 г.</i>	-	105,0	230,3	232,8	202,5	-
Импорт продов. и сельхоз. сырья в денежном выражении долл. США	9,6	7,4	17,4	36,4	43,1	39,7
<i>в% к 1992 г.</i>	-	77,1	181,3	379,2	449,0	413,5

Источник: [118]

Положительным моментом отказа от импорта продовольствия из западных стран является ответная реакция региональных рынков, которые становятся более доступными для местных товаров. Именно доступность рынка основное конкурентное преимущество отечественных средних и мелких товаропроизводителей. Благодаря санкциям они получили возможность представить свою продукцию на полках крупных торговых сетей.

Хотя до уровня показателей импорта 1992 г. еще далеко, однако по некоторой группе товаров наблюдаются тенденции сокращения. Так ввоз мяса уменьшился на 33,5%, рыбы – на 44,7%, снизились поставки молока, сливок и фруктов. Такие показатели дают шанс России нарастить собственное производство недостающих продовольственных товаров. Как считают специалисты, продукция, произведенная в РФ вполне в состоянии заместить до 50% импорта, но это необходимо сделать в максимально сжатые сроки.

Таблица 3.2

Импорт основных продовольственных товаров в России, тыс. тонн

Показатели	1992	2000	2005	2015	2016	2017	Откл. (+/-) 2016/2015, %	Откл. (+/-) 2017/2016 , %
Мясо свежее и мороженное	288	517	1340	1614	1285	1012	-20,38%	-21,25%
<i>в% к 1992 г.</i>	-	179,5	465,3	560,4	446,2	351,4	-	-
Мясо птицы	46	694	1329	688	523	452	-23,98%	-13,58%
<i>в% к 1992 г.</i>	-	1508,7	2889,1	1495,7	1137,0	982,6	-	-
Молоко и сливки сгущ.	46	77	314	238	214	181	-10,08%	-15,42%
<i>в% к 1992 г.</i>	-	167,4	682,6	517,4	465,2	393,5	-	-
Масло сливочное	25	71	132	134	130	122	-2,99%	-6,15%
<i>в% к 1992 г.</i>	-	284,0	528,0	536,0	520,0	488,0	-	-
Изделия и конс. из мяса	28	26	42	41	41	35	0,00%	-14,63%

Окончание табл. 3.2

Показатели	1992	2000	2005	2015	2016	2017	Откл. (+/-) 2016/2015 , %	Откл. (+/-) 2017/2016 , %
в% к 1992 г.	-	92,9	150,0	146,4	146,4	125,0	-	-
Сахар-сырец	2137	4547	2803	2086	530	666	-74,59%	25,66%
в% к 1992 г.	-	212,8	131,2	97,6	24,8	31,2	-	-
Сахар белый	1711	567	625	285	69	285	-75,79%	313,04%
в% к 1992 г.	-	33,1	36,5	16,7	4,0	16,7	-	-
Зерновые культуры	28867	4677	1449	444	1302	930	193,24%	-28,57%
в% к 1992 г.	-	16,2	5,0	1,5	4,5	3,2	-	-
Мука	1440	175	74	120	92	-	-23,33%	-
в% к 1992 г.	-	12,2	5,1	8,3	6,4	-	-	-
Макаронные изделия	342	36	79	59	123	105	108,47%	-14,63%
в% к 1992 г.	-	10,5	23,1	17,3	36,0	30,7	-	-
Картофель	142	359	103	711	447	687	-37,13%	53,69%
в% к 1992 г.	-	252,8	72,5	500,7	314,8	483,8	-	-
Рыба свеж. и мороз.	41	328	787	792	775	649	-2,15%	-16,26%
в% к 1992 г.	-	800,0	1919,5	1931,7	1890,2	1582,9	-	-
Фрукты и овощи	119	125	274	277	241	-	-13,00%	-
в% к 1992 г.	-	105,0	230,3	232,8	202,5	-	-	-
Импорт продов. и сельхоз. сырья в денежном выражении долл. США	9,6	7,4	17,4	36,4	43,1	39,7	18,41%	-7,89%
в% к 1992 г.	-	77,1	181,3	379,2	449,0	413,5	-	-

Источник: [118]

По итогам проведенного анализа импорта основных продовольственных товаров в России выявлена тенденция сокращения ввоза на территорию РФ следующей группы товаров: мясо свежее и мороженное, мясо птицы, молочная продукция, изделия и консервы из мяса, зерновые культуры, макаронные изделия, рыба свежая и мороженая. Так, за последние 2 года импорт мяса и мяса птицы сократился на 21,25% и 13,58% соответственно. Импорт зерновых культур сократился на 28,57%.

Несмотря на положительную динамику по отдельным показателям ситуация до сих пор не улучшается. Так, за последний год импорт сахара белого и картофеля на территорию РФ увеличился на 313% и 53,69% соответственно.

Отметим, что в сложившихся условиях действенным фактором повышения эффективности агропромышленного производства, и решения проблемы импортозамещения, является оптимизация его территориально-отраслевой структуры.

С целью повышения эффективности сельскохозяйственного производства и решения проблемы импортозамещения должны быть сформированы и определены специализированные зоны производства различных видов сельскохозяйственной продукции, внедрены научно-обоснованные системы ведения хозяйства, осуществлено региональное внутрирегиональное размещение агропромышленного производства с учетом перспективы развития отраслей пищевой и перерабатывающей промышленности. То есть это станет возможным только при условии концентрации сельскохозяйственного производства в крупных сельскохозяйственных организациях и на предприятиях. Создание новых, реконструкция и модернизация действующих предприятий позволят нарастить объемы производства и в последующем расширить рынки сбыта.

Решение вопросов развития сельского хозяйства значительно шире вопросов продовольственной безопасности, которая связана с неравномерным обеспечением регионов производственными ресурсами, их природно-климатическими условиями и географическим положением. Субъекты РФ находятся в неравных положениях для достижения импортозамещения. В связи с этим необходимо более тесное сотрудничество между регионами с целью переориентации товарных потоков, которое позволило обеспечить большую часть населения продукцией отечественного производства. В сложившихся условиях ограничения доступа на рынки зарубежных стран выигрышное положение приобретают те субъекты, которые имеют приграничное положение. Следовательно, стратегическая задача государства – достижение продовольственной безопасности, которая должна решаться на основе реализации долгосрочной стратегии

импортозамещения, учитывающую сложившуюся ситуацию на рынке сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

Замена импорта может помочь не только преодолеть технологическую неразвитость и низкую степень производств в сфере АПК, но и возродить былую конкуренцию в продуктовой отрасли.

Одним из способов стимулирования импортозамещения в условиях санкций является развитие и стимулирование потребительской кооперации для благоприятного достижения цели по освобождению экономики России от влияния импортных продовольственных продуктов.

Система потребительской кооперации представляет особый интерес в достижении продовольственной безопасности и имеет значительный и практический опыт:

- в создании инфраструктуры агропродовольственного рынка по транспортировке, хранению и сбыту сельскохозяйственной продукции;
- заготовке дикорастущих культур;
- торгово-бытовом обслуживании населения;
- формировании устойчивого социально-экономического развития сельских территорий.

Потребительская кооперация осуществляет свою многогранную деятельность преимущественно в сельской местности, которая оказалась в наиболее тяжелом состоянии. В условиях Западных санкций наиболее продуктивно свои социальные функции потребительских общества выполняют в составе союза потребительских обществ, который обеспечивает своим членам преимущества системного характера. Взаимоотношения между потребительскими союзами строятся на основе уставов и договоров и являются партнерскими.

По состоянию на 2017 год структура потребительского рынка Белгородской области представляет собой [2]:



Рис.3.1. Структура потребительского рынка Белгородской области

Источник:[26]

- розничных торговых предприятий – 15 тыс.;
- предприятий общественного питания – 5 тыс.;
- предприятий бытового обслуживания населения – свыше 7 тыс.;
- нестационарных торговых объектов – 3 тыс.[26].

Деятельность потребительской кооперации в России развернута в сельской местности. В настоящее время доля валового производства крестьянско-фермерских (КФХ) и личных подсобных хозяйств (ЛПХ) достигает 50%, но развитие их хозяйств сдерживается сбытом продукции, так как продажа выращенной фермером продукции не окупает расходы на транспортировку данной продукции в город для продажи. Сельскохозяйственные кооперативы должны, в первую очередь, создать необходимые условия по первичной обработке и сбыту сельскохозяйственной продукции, тем самым создавая дополнительный источник дохода.

Недостаток, а точнее полное отсутствие доступных финансовых ресурсов также сдерживают развитие потребительской кооперации на селе. Лишь малая часть финансово-кредитных организаций готовы, в условиях антироссийских санкций, выдавать денежные нужны КФХ и ЛПХ. С этой

задачей прекрасно справились бы кооперативы, деятельность которых должна быть многофункциональна.

Малые формы хозяйствования (МФХ), такие как ЛПХ и КФХ, в сложившейся современной ситуации на селе являются важным фактором развития сельских территорий, в том числе их развитие способствует развитию социальных вопросов. Однако, в МФХ низкая доля товарной части продукции, то есть не более 15% произведенной продукции в МФХ доходит до прилавка, задача стоит в увеличении объёмов реализации, а это возможно только при создании условий сбыта через сеть сельской кооперации, кооперативных рынков, ярмарок, интернет-магазина.

Перспективные направления поддержки развития МФХ:

1. Стимулирование перерегистрации мелких ЛПХ и КФХ (создание более выгодных условий финансовой поддержки за счет дополнительных направлений, повышенной ставки поддержки).

2. Развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации (создание мелкотоварными МФХ многофункциональных кооперативов и поддержка через них ЛПХ и КФХ – пайщиков. Кооперативы будут помогать в сбыте продукции и обеспечении ресурсами придадут дополнительный импульс развитию МФХ).

3. Переход в ближайшее время на государственную поддержку районных программных мероприятий, т.е. значимых для района направлений поддержки. Это позволит удвоить объёмы софинансирования за счет бюджет муниципальных образований.

4. Замена низкопродуктивного скота в ЛПХ с помощью искусственного осеменения коров, это компенсирует снижение поголовья.

Для решения назревшей проблемы по развитию сельскохозяйственной кооперации требуется система государственной поддержки, которая предусматривала бы не только выделение бюджетных средств на развитие кооперативов, а именно, грантов и субсидий, но и прежде всего, предусматривала бы отдачу от государственных вложений (увеличение

объёмов производства, дополнительные рабочие места и экономическая рентабельность).

В настоящих условиях можно выделить следующие факторы, сдерживающие развитие сельской кооперации:

- низкий уровень доходов сельского населения, субъектов сельского предпринимательства, который не позволяет им обеспечивать необходимый стартовый капитал для создания и деятельности потребительских кооперативов;

- завышенная стоимость банковских кредитов и как следствие, недоступность систем финансовых услуг;

- нехватка квалифицированных специалистов и отсутствие механизма их подбора, подготовки и трудоустройства;

- недостаточный уровень информированности сельских жителей о преимуществах потребительской кооперации (отсутствие стимула);

- низкий уровень доверия граждан к любым создаваемым новым структурам, вследствие чего наблюдается нерешительность и нежелание вкладывать средства в данные проекты[3].

Для преодоления существующих барьеров целесообразным является создание консультативных служб, которые будут организовывать обучение о способах создания и ведения потребительских кооперативов.

Но эти и другие проблемы не могут быть решены эффективно с использованием только действующих инструментов, сложилась необходимость принятия специальных мер для развития кооперации. Чтобы возродить сельскую потребительскую кооперацию, как пути выгодного решения для крестьян вопроса развития сельских территорий, которых множество и в Белгородской области, необходимо вмешательство государства. Только на основе частно-государственного партнерства возможно добиться положительных эффектов, таких как рост уровня жизни в сельской местности и в итоге – решения поставленной руководством страны задачи по снижению импортной зависимости.

Стоит отметить, что современное состояние сельскохозяйственного производства не позволяет в полной мере осуществить весь процесс импортозамещения, в связи с этим необходима масштабная финансовая поддержка аграрного производства.

Кроме системных мер государственной поддержки на существование имеют право и точечные инициативы. Одной из таких действенных мер по стимулированию импортозамещения в сельском хозяйстве и промышленности считают организацию деловых миссий и бизнес-туров российских предпринимателей и государственных организаций. Такие поездки позволяют в кратчайшие сроки перенять передовой зарубежный опыт: перенять опыт внедрения современных технологий; изучить мировые тенденции развития отраслей; ознакомиться с современной продукцией зарубежных компаний; продвинуть собственные разработки на внешние рынки.

От применения политики импортозамещения в будущем ожидается следующее:

- организация новых производств позволит развиваться сельским территориям и росту сельской экономики в целом;
- развитие крупных хозяйств, способных обеспечить едой не только Россию, но и другие страны мира;
- сотрудничество с союзниками в рамках Евразийского экономического союза, имеющие ресурсы для эффективного производства, с расширением которого можно добиться успеха в развитии сельского хозяйства и создания продовольственной безопасности;
- гарантированность государством безопасности вкладов в сельское хозяйство;
- заинтересованность фермеров оставаться и работать в селе, с учетом обеспеченности социальной и производственной инфраструктурой.

Стремление к политике импортозамещения с применением перечисленных инструментов помогут мобилизовать внутренние ресурсы

страны, перенять практический зарубежный опыт, обеспечить население страны продуктами питания и сохранить продовольственную безопасность в России.

Таким образом, стратегия импортозамещения должна опираться на развитие и модернизацию ряда отраслей национальной экономики, повышение качества производимого товара, технологий применяемых на предприятиях, развитие инноваций. Результатом продуманной политики импортозамещения должно стать повышение конкурентоспособности отечественной продукции посредством стимулирования технологической модернизации производства, повышения его эффективности и освоения новых конкурентоспособных видов продукции.

Положительным моментом отказа от импорта продовольствия из западных стран является ответная реакция региональных рынков, которые становятся более доступными для местных товаров. Именно доступность рынка основное конкурентное преимущество отечественных средних и мелких товаропроизводителей. Благодаря санкциям они получили возможность представить свою продукцию на полках крупных торговых сетей.

С целью повышения эффективности сельскохозяйственного производства и решения проблемы импортозамещения должны быть сформированы и определены специализированные зоны производства различных видов сельскохозяйственной продукции, внедрены научно-обоснованные системы ведения хозяйства, осуществлено региональное внутрирегиональное размещение агропромышленного производства с учетом перспективы развития отраслей пищевой и перерабатывающей промышленности.

Замена импорта может помочь не только преодолеть технологическую неразвитость и низкую степень производств в сфере АПК, но и возродить былую конкуренцию в продуктовой отрасли.

Для решения назревшей проблемы по развитию сельскохозяйственной кооперации требуется система государственной поддержки, которая предусматривала бы не только выделение бюджетных средств на развитие кооперативов, а именно, грантов и субсидий, но и прежде всего, предусматривала бы отдачу от государственных вложений.

3.2. Методические рекомендации по совершенствованию региональной экономической политики регулирования потребительского рынка

Важнейшим элементом социально-экономического развития региона является развитие регионального потребительского рынка как системообразующего фактора. Развитие и повышение конкурентоспособности отечественного рынка становится неотъемлемой частью для обеспечения продовольственной, экономической и национальной безопасности страны. В современных экономических условиях одной из перспективных сфер российского предпринимательства является розничная торговля, опережая по темпам роста другие отрасли и обеспечивая более 20 % ВВП.

Особое значение в действующих условиях развития экономики приобретают динамичные формы хозяйствования, а именно малый и средний бизнес, поскольку именно эта сфера предпринимательской деятельности способна быстро приспосабливаться к изменяющимся условиям и обеспечивать рост социально-экономического развития страны и регионов. В условиях динамичной конкуренции разработка стратегии обеспечения конкурентоспособности сетевых объединений малых предприятий предполагает изучение альтернативных направлений развития, их оценку и определение лучшей стратегической альтернативы для реализации с использованием как формальных, так и качественных методов.

В современных условиях деятельности потребительского рынка трудно определить четкие границы между форматами торговых предприятий по

причине многочисленных эволюционных изменений маркетинговых стратегий по привлечению покупателей. Однако в скором будущем, очевидно, потребительский рынок будет развиваться за счет сетевого подхода в управлении развитием торговых предприятий, который активно используют за рубежом, а в последние годы приобретает все большую актуальность и в России – по мере применения бизнесом различных форм межфирменной кооперации, особенно в торговой сфере.

Сегодня потребительский рынок Белгородской области представлен более 15 тыс. стационарных торговых объектов, около 5 тыс. предприятий общественного питания, 7 тыс. объектов бытового обслуживания населения, свыше 3 тыс. объектов нестационарной торговли.

В действующих условиях важнейшей предпосылкой создания условий для формирования и развития торгового бизнеса, развития конкуренции между субъектами торговли, соблюдения взаимных интересов участников рынка становится вмешательство государства в развитие экономики. Создание необходимых условий, при которых можно своевременно контролировать насыщение потребительского рынка и его стратегическую безопасность, является стратегической целью регулирования государством и общественными организациями потребительского рынка.

На основе анализа спектра группировочных признаков и методов государственного регулирования потребительского рынка, таких как прямые (административные) и косвенные (экономические) методы, статические (структурные) и динамические (функциональные), законодательные, информационно ориентирующие, административные методы, автором определена необходимость объединения всех методов государственного регулирования потребительского рынка в четыре группы:

- 1) правовые нормы;
- 2) финансово-экономические рычаги;
- 3) защита прав потребителей;
- 4) регулирование торговой практики [31, с.76].

Под механизмом организации функционирования потребительского рынка региона понимаем согласованное взаимодействие государственных органов, предпринимательских структур, саморегулируемых организаций, общественных организаций, потребителей. Анализ теоретических концепций региональной политики, ее целей, задач и методов позволяет выделить ряд проблем, от решения которых зависит действенность региональной политики:

- во-первых, правовое упорядочение государственного регулирования территорией;
- во-вторых, ограниченность ресурсного обеспечения территориально-регулятивной деятельности государства, необходимость целевого распределения ресурсов и гарантий результативности их использования;
- в-третьих, упорядочение организационной структуры государственного управления региональным развитием с целью координации деятельности органов государственной власти и органов исполнительной власти субъектов Федерации;
- в-четвертых, недостаточность научного обеспечения региональной политики. Основные концепции регионального развития России базируются на единых методологических посылах, различаясь вариантами стратегии, методами, стимулами [42, с.15].

Анализ методологических и теоретических подходов к проблеме государственного регулирования регионального потребительского рынка позволяет сделать вывод, что государственное вмешательство в рыночную экономику, создающее условия для формирования и развития торгового бизнеса, для развитой конкуренции субъектов торговли, товаров, для соблюдения взаимных интересов участников процессов, основанных на принципах либерализации экономики и демократизации общества необходимо.

Основу взаимодействия региональных органов власти и субъектов потребительского рынка составляет выполнение комплексных мероприятий

структурной, налоговой, бюджетной, научно-технической, инвестиционной, организационной политик, целевых программ и инвестиционных проектов. Эффективное партнерство реально только при условии полной ясности и предсказуемости стратегии дальнейшего развития региона.

В настоящее время в экономической литературе в качестве объекта исследований довольно часто выступает экономика региона. Особое место в региональных исследованиях занимает изучение проблем потребительского рынка, состояние и тенденции развития которого в условиях становления рыночных отношений являются важнейшими показателями уровня и качества жизни населения региона. Изучение научных работ в области регулирования потребительского рынка позволило выявить основные направления, характеризующие влияние государства на функционирование значимых составляющих рыночного механизма: – обеспечение единства на основе равноправия участников рыночных процессов; – согласование интересов хозяйствующих субъектов; – сочетание индикативности и директивности в управлении рыночной сферой; – программное регулирование [62, с. 312].

Государственное регулирование потребительского рынка осуществляется, с одной стороны, на основе автоматических рычагов, т.е. спроса и предложения, цены и конкуренции, а с другой – представлено факторами регулирующего назначения. В данном случае государственное вмешательство носит принципиально иной характер, предоставляющий право выбора условий и программ, соблюдающих интерес взаимодействующих сторон. Используя административные методы воздействия, региональные органы управления осуществляют регулирование таких процессов, как приватизация, размещение новых предприятий, привлечение иностранного капитала. Важнейший сектор потребительского рынка – торговля.

Белгородская область не является в этом плане исключением, и основной целью стратегии потребительского рынка становится выявление

направлений развития торговли, которые обеспечат стабильное функционирование данного сектора экономики, территориальную и ценовую доступность товаров и услуг для населения, соответствующих международным стандартам качества и безопасности, формирование конкуренции, поддержку торговли товарами российских, в т.ч. местных товаропроизводителей, и повышение качества жизни населения [33].

Региональный потребительский рынок представляет собой ограниченную хозяйственными и административными связями и масштабами конечного потребления совокупность отраслей производства товаров народного потребления и продуктов питания, а также отраслей сферы услуг. Результаты функционирования этих секторов направлены на полноценное удовлетворение общественных и личных потребностей населения, пребывающего на территории региона.

Основными проблемами развития регионального потребительского рынка, являются:

- 1) диспропорции развития потребительских рынков, обусловленные дифференциацией уровней экономического развития субъектов Российской Федерации;
- 2) неразвитость конкуренции на потребительском рынке региона;
- 3) проблемы государственного регулирования потребительских рынков субъектов федерации;
- 4) проблема территориальной и ценовой доступности товаров и услуг;
- 5) проблема использования рабочей силы нелегальных мигрантов в организациях потребительского рынка;
- 6) скрытая и неформальная деятельность предприятий и организаций, действующих на потребительских рынках;
- 7) коррупция и бюрократизм;
- 8) недостаточно высокий уровень квалификации персонала в торговой отрасли.

На основании вышеизложенного необходимость государственного регулирования развития потребительского рынка региона приобретает ещё большую значимость. Следовательно, возникает необходимость детального изучения возможностей, современной практики, принципов, задач и инструментов государственного управления регулированием потребительского регионального рынка [109].

Первоочередными мероприятиями, направленными на повышение эффективности регулирования потребительского рынка Белгородской области, можно считать следующие:

1. Формирование и совершенствование информационно-коммуникационного комплекса инфраструктуры потребительского рынка:

- формирование системы мониторинга развития потребительского рынка в региональном разрезе и по Российской Федерации в целом;

- развитие информационного обеспечения федеральных и региональных органов власти на основе современных информационных технологий для создания общедоступной системы обеспечения предприятий оперативной информацией о состоянии потребительского рынка;

- обеспечение предприятий и организаций потребительского рынка современными средствами передачи информации и интеграцию их в единую информационную сеть России.

2. Достижение разнообразия рыночных структур, осуществляющих торговую деятельность:

- создание системы оптовых продовольственных рынков, ориентирующихся не только на потребности Московской области, но и на соседние регионы;

- развитие выставочно-ярмарочной деятельности, обеспечивающей поддержание и укрепление продовольственной безопасности, гарантирующих обеспечение населения всеми необходимыми видами товаров продовольственного назначения;

- совершенствование системы потребительской кооперации.

3. Дальнейшее расширение сети, совершенствование организации и усиление социальной направленности общественного питания:

- создание новых и дальнейшее развитие действующих сетей предприятий общественного питания с позиций их доступности и повышения уровня обеспеченности населения;

- увеличение количества предприятий «быстрого питания» по местам пролегания туристских маршрутов, основных транспортных магистралей, а также в парках, местах отдыха, проведения досуга населения и т.д.

4. Обеспечение территориальной доступности предприятий бытового обслуживания, повышение уровня обслуживания и качества услуг, оказываемых населению за счёт внедрения новых технологий:

- создание и модернизация сети комплексных предприятий бытового обслуживания, оказывающих услуги повседневного спроса;

- обеспечение доступности объектов бытового обслуживания для лиц с ограниченными возможностями посредством их оснащения специальным оборудованием;

- совершенствование методов оказания услуг за счёт приёма заказов на обслуживание по телефону и в сети Интернет.

5. Достижение нового качественного уровня кадрового потенциала отраслей потребительского рынка, обладающего современными знаниями, опытом профессиональной деятельности и высокой культурой:

- создание работодателями условий для повышения квалификации работников, введение постоянно действующей отвечающей современным требованиям рынка системы повышения квалификации руководителей предприятий;

- проведение руководителями предприятий аттестаций работников с целью выявления уровня их профессиональной подготовки;

- применение условий оплаты труда, учитывающих квалификацию и конкретный вклад каждого работника в работу предприятия.

Выводы по третьей главе:

- сегодня для России складываются неблагоприятные внутренние и внешнеэкономические и политические условия, поэтому с учетом нового этапа в развитии межгосударственной интеграции – началом функционирования с 2015 года Евразийского экономического союза, членством Российской Федерации в ВТО, а также введением отдельными странами антироссийских экономических санкций и принятием ответных мер со стороны России, увеличивается необходимость быстрого наращивания объемов отечественных продуктов питания и решения задачи импортозамещения;

- в результате принятых антисанкционных мер импорт продовольствия в России сократился, что по оценке специалистов представляет реальную угрозу не только продовольственной, но и в целом национальной безопасности и требует принятия неотложных мер;

- положительным моментом отказа от импорта продовольствия из западных стран является ответная реакция региональных рынков, которые становятся более доступными для местных товаров. Именно доступность рынка основное конкурентное преимущество отечественных средних и мелких товаропроизводителей. Благодаря санкциям они получили возможность представить свою продукцию на полках крупных торговых сетей;

- хотя до уровня показателей импорта 1992 г. еще далеко, однако по некоторой группе товаров наблюдаются тенденции сокращения. Так ввоз мяса уменьшился на 33,5%, рыбы – на 44,7%, снизились поставки молока, сливок и фруктов. Такие показатели дают шанс России нарастить собственное производство недостающих продовольственных товаров;

- результатом продуманной политики импортозамещения должно стать повышение конкурентоспособности отечественной продукции посредством стимулирования технологической модернизации производства, повышения его эффективности и освоения новых конкурентоспособных видов продукции;

- с целью повышения эффективности сельскохозяйственного производства и решения проблемы импортозамещения должны быть сформированы и определены специализированные зоны производства различных видов сельскохозяйственной продукции, внедрены научно-обоснованные системы ведения хозяйства, осуществлено региональное внутрирегиональное размещение агропромышленного производства с учетом перспективы развития отраслей пищевой и перерабатывающей промышленности;

- одним из способов стимулирования импортозамещения в условиях санкций является развитие и стимулирование потребительской кооперации для благоприятного достижения цели по освобождению экономики России от влияния импортных продовольственных продуктов;

- система потребительской кооперации представляет особый интерес в достижении продовольственной безопасности и имеет значительный и практический опыт:

- в создании инфраструктуры агропродовольственного рынка по транспортировке, хранению и сбыту сельскохозяйственной продукции;

- заготовке дикорастущих культур;

- торгово-бытовом обслуживании населения;

- формировании устойчивого социально-экономического развития сельских территорий.

- для решения назревшей проблемы по развитию сельскохозяйственной кооперации требуется система государственной поддержки, которая предусматривала бы не только выделение бюджетных средств на развитие кооперативов, а именно, грантов и субсидий, но и прежде всего, предусматривала бы отдачу от государственных вложений (увеличение объёмов производства, дополнительные рабочие места и экономическая рентабельность).

- в действующих условиях государственное вмешательство в развитие экономики становится важнейшей предпосылкой создания условий для

формирования и развития торгового бизнеса, развития конкуренции между субъектами торговли, соблюдения взаимных интересов участников рынка;

- первоочередными мероприятиями, направленными на повышение эффективности регулирования потребительского рынка Белгородской области, можно считать следующие.

1. Формирование и совершенствование информационно-коммуникационного комплекса инфраструктуры потребительского рынка;

2. Достижение разнообразия рыночных структур, осуществляющих торговую деятельность;

3. Дальнейшее расширение сети, совершенствование организации и усиление социальной направленности общественного питания;

4. Обеспечение территориальной доступности предприятий бытового обслуживания, повышение уровня обслуживания и качества услуг, оказываемых населению за счёт внедрения новых технологий;

5. Достижение нового качественного уровня кадрового потенциала отраслей потребительского рынка, обладающего современными знаниями, опытом профессиональной деятельности и высокой культурой.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное диссертационное исследование позволяет сформулировать основные результаты диссертационной работы.

Потребительский рынок представляет собой сферу непосредственного хозяйственного воздействия на человека и является фактором социальной стабильности в обществе. На современном этапе экономического развития общества рынок товаров и услуг рассматривается как один из ключевых индикаторов многих трансформационных процессов, протекающих в стране и показывающих уровень развития предпринимательской деятельности, общества и государства в целом.

Однако вся эта система оказалась под серьезным давлением по причине ухудшения геополитической и финансовой ситуации в связи с введением Евросоюзом экономических санкций в отношении наиболее конкурентоспособных отраслей российской экономики, а именно: нефтегазовой отрасли, военно-промышленного комплекса, атомной энергетики, авиакосмической промышленности, банковской сферы.

Использование таких инструментов воздействия повлекли за собой серьезные последствия и существенно изменили социально политический климат внутри страны. Однако эффект санкций скапливается и проявляется в отрасли потребительского рынка, так как именно он, в силу особенностей демографии, физиологии и самого своего места в конце производственной цепочки остается одним из наиболее устойчивых к рискам экономического развития секторов экономики.

Поэтому проблемы стабилизации и развития потребительского рынка России и её субъектов, в современных условиях, приобретают особую значимость.

Введение экономических санкций повлекло за собой ответные действия со стороны правительства Российской Федерации. Под продовольственное эмбарго попали такие страны как США, Австралия,

Канада, Норвегия и страны ЕС. Главной целью принятия такого решения является не только потребность в ответных действиях, но и накопленные проблемы, которые давно требовали своего решения. Одним из наиболее важных направлений борьбы с последствиями ввода экономических санкций для России является реализация программы импортозамещения.

По результатам проведенного анализа состояния и динамики развития потребительского рынка Белгородской области под влиянием экономических санкций можно сделать следующие выводы.

Основное влияние западных санкций на потребительский рынок региона отразилось на повышении уровня цен и, как следствие, сокращении покупательской способности населения. В период с 2014 по 2016 год наблюдался рост на свинину, молочную продукцию, сахар и крупы. Процесс стабилизации цен на продовольственном рынке берет начало с создания в 2016 году Координационной группы по контролю за ценами на рынке недвижимости и товаров первой необходимости.

В 2017 году состояние экономики области характеризовалось в основном положительными тенденциями, обеспечено увеличение промышленного и сельскохозяйственного производства, сохраняется стабильная ситуация на рынке труда.

Анализ данных мониторинга розничных цен и представленности показал, что в настоящий момент в Белгородской области не отмечается резкого роста цен, а также снижения уровня представленности продовольственных товаров в сетевых, несетевых розничных торговых предприятиях, нестационарной торговле, на розничных рынках и ярмарках, проводимых на постоянной основе.

Несмотря на то, что в связи с нестабильной экономической ситуацией в 2015 - 2016 годах потребители существенно сократили покупки товаров долгосрочного использования: упал спрос на автомобили, мебель, ювелирные изделия, в 2018 - 2019 годах прогнозируется возвращение на потребительский рынок отложенного покупательского спроса.

Белгородская область является регионом с высоким ресурсным, производственным, кадровым и научно-техническим потенциалом. Основными стратегическими направлениями развития области являются реализация проектов в промышленности, сельском хозяйстве, животноводстве, создание новых современных конкурентоспособных производств, развитие импортозамещения, сохранение и дальнейшее развитие достигнутых предприятиями позиций на внешнем и внутреннем рынках, привлечение инвестиций, создание частных промышленных (индустриальных) парков;

Основными инструментами достижения поставленных задач, ускоренного и результативного развития экономики являются программно-целевой и проектный методы управления регионом. Реализация главных стратегических направлений в области обеспечиваются выполнением 15 государственных программ.

Для решения проблем, вызванных введением экономических санкций, предложены пути решения, которые в дальнейшем могут быть использованы на практике. Результатом продуманной политики импортозамещения должно стать повышение конкурентоспособности отечественной продукции посредством стимулирования технологической модернизации производства, повышения его эффективности и освоения новых конкурентоспособных видов продукции.

С целью повышения эффективности сельскохозяйственного производства и решения проблемы импортозамещения должны быть сформированы и определены специализированные зоны производства различных видов сельскохозяйственной продукции, внедрены научно-обоснованные системы ведения хозяйства, осуществлено региональное внутрирегиональное размещение агропромышленного производства с учетом перспективы развития отраслей пищевой и перерабатывающей промышленности.

Одним из способов стимулирования импортозамещения в условиях санкций является развитие и стимулирование потребительской кооперации для благоприятного достижения цели по освобождению экономики России от влияния импортных продовольственных продуктов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Закон Российской Федерации от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» [Текст] // Российская газета. – 1992. – 7 апреля.

2. О внесении изменений в Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности», Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Электронный ресурс]: федер. закон: от 2 июля 2005 г. № 80-ФЗ в ред. от 10 сентября 2016 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. Банк «Версия Проф».

3. О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции [Электронный ресурс]: федер. закон: от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ: в ред. от 20 апреля 2017 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. Банк «Версия Проф».

4. О качестве и безопасности пищевых продуктов [Электронный ресурс]: федер. закон: от 2 января 2000 г. № 29-ФЗ: в ред. от 12 мая 2017 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. Банк «Версия Проф».

5. О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации правонарушениях [Электронный ресурс]: федер. закон: от 02 декабря 2012 г. № 271-ФЗ в ред. от 14 августа 2017 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. Банк «Версия Проф».

6. Об ограничении курения табака [Электронный ресурс]: федер. закон: от 10 июля 2001 г. № 87 - ФЗ в ред. от 01 июня 2017 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. Банк «Версия Проф».

7. Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе [Электронный ресурс]: федер. закон: от 7 марта 2005 г. № 11-ФЗ в ред. от 11 января 2017 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. Банк «Версия Проф».

8. Указ Президента Российской Федерации «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» от 06.08.2014 г. № 560 // [Электронный ресурс] / URL: www.consultant.ru

9. О мерах по реализации Указа Президента РФ от 6 августа 2014 г. № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности РФ» [Текст]: Постановление Правительства РФ от 07.08.2014 № 778 // Собр. Законодательства Российской Федерации. – 2015. – № 13. – ст. 1578.

10. Об определении порядка организации торговых ярмарок на территории Белгородской области [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Белгородской области от 06 ноября 2012 г. № 442-пп // Белгородская область: [сайт]. – Официальный сайт «Губернатор и Правительство Белгородской области» / Пресс-служба Губернатора и Правительства Белгородской области. – Белгород, 2001-2017. – URL: <http://www.belregion.ru/region/>.

11. Об утверждении Правил благоустройства территории городского округа «Город Белгород» [Электронный ресурс]: Решение Белгородского городского Совета от 31.10.2017 № 572 // [сайт]: Официальный сайт органов местного самоуправления города Белгорода – URL: <http://www.beladm.ru>

12. Абрютин, М.С. Экономический анализ торговой деятельности. [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов / М.С. Абрютин. – М.: Дело и Сервис, 2014. – 512 с.

13. Авдашева, С.Б., Розанова, Н.М. Теория организации отраслевых рынков. [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов / С.Б. Авдашева – М.: Торговля, 2012. – 92 с.
14. Авдушенко, С.И. Аграрная политика России в условиях международной и региональной интеграции [Текст]: Часть II учебник / С.И. Авдушенко. – М.:ФГБНУ ВНИИЭСХ, 2016. – 322 с.
15. Анурин, В., Муромкина, И., Евтушенко, Е. Маркетинговые исследования потребительского рынка [Текст] : учеб. пособие /. В. Анурин, И. Муромкина, Е. Евтушенко. – СПб.: Питер, 2014. – 67 с.
16. Арженовский, И.В. Маркетинг регионов [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» и «Экономика». / И.В. Арженовский. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 135 с.
17. Афанасьев, В.Н. Эконометрика [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов / В.Н. Афанасьев – М.: Финансы и статистика, 2016. – 179 с.
18. Багрова, В.Г. Развитие предпринимательства в системе местного самоуправления. [Текст]: учеб. пособие / В.Г. Багрова – М.: РИЦ «Муниципальная власть», 2010. – 608 с.
19. Багров, И.Г. Развитие предпринимательства в системе местного самоуправления на примере Московской области [Текст]: учеб. пособие / В.Г. Багрова 2 М.: РИЦ «Муниципальная власть». 2013, – 401 с.
20. Баженов, А. Регион: перезагрузка [Текст]: / А. Баженов // Российская газета – Бизнес. – № 927. – 2013. – 17 декабря. –8 с.
21. Байе М.Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса. [Текст]: учеб. пособие / М.Р. Байе – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2012. – 299 с.
22. Барабанов, А.С. Развитие территориального маркетинга в регионе [Текст]: учеб. пособие / А.С. Барабанов – М.: – 2013. – № 45. – 45 с.
23. Баранников, А.Ф. Теория организации. [Текст]: учеб. пособие / А.Ф. Баранников – М.: ЮНИТИ, 2014. – 130 с.
24. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент. [Текст]: учеб. пособие / В.А. Баринов, В.Л. Харченко – М. ИНФРА, 2015. – 345 с.

25. Белгородская область – площадка «премиум-класса» для ведения бизнеса и западные ворота России [Электронный ресурс] : ОАО «Корпорация «Развитие» Белгородской области [сайт]. – Белгород, 2017. – URL: <http://belgorodinvest.com/index.php/ru/investpotentsial/investitsionnyj-klimat-regiona/o-regione>.

26. Белгородская область в цифрах. 2017: Крат. стат. сб. / Белгородстат. – 2017. – 283 с. [Электронный ресурс]. // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области. Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. – Белгород, 1999-2017 – URL:http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/resources/0a6d590040fb7a039961ff367ccd0f13/0407.pdf.

27. Белгородская область вошла в топ рейтинга бюджетной политики, 2017. [Электронный ресурс]. // Интернет-портал «Российской газеты»: [сайт]. М., 1998-2014. – URL: <http://www.rg.ru/2013/11/29/reg-cfo/budgetnyj-anons.html>.

28. Блэкуэлл, Р.Д. Поведение потребителей, [Текст]: учеб. пособие / Р.Д. Блэкуэлл, П. К. Миниард – М. ИНФРА, 2015. – 345 с.

29. Важенина, И.С. Имидж и бренд региона: сущность, особенности формирования [Текст]: учеб. Пособие / И.С. Важенина. – Экономика региона. – 2013. – 492 с.

30. Веретельникова, Ю.С. Использование территориального маркетинга в муниципальном управлении (на примере Ханты-Мансийского района) [Текст]: учебное пособие / Ю.С. Веретельникова. – Социальные технологии в государственном управлении и бизнесе. – М.: УрФУ, 2013. – 487 с.

31. Воробьев, И.К. Факторы устойчивого развития сельскохозяйственного производства [Текст]: учебное пособие / И.К. Воробьев. – М.: Дрофа, 2011. – 78 с.

32. Воронов, А.А. организационно-экономическое обеспечение конкурентоспособности продукции [Текст]: дисс. доктора эконом. наук: 08.00.05 / А.А. Воронов. – Санкт-Петербург, 2013. – 259 с.

33. Воротников, И.К. Совершенствование механизмов импортозамещения аграрной продукции [Текст]: учеб. пособие / И.К. Воротников, И.С. Суханова. – М.: Экономика, управление, 2015. – 217 с.

34. Гельвенковский, М.И. Конкурентоспособность на микро-, мезо и макроуровневом измерениях [Текст]: учебное практическое пособие / М.И. Гельвановский // Российский экономический журнал . – 2017. – № 3. – С. 18-21.

35. Герасимов, Б.И. Управление качеством [Текст]: учебное пособие / Б.И. Герасимов. – М.: КноРус, 2014. – 245 с.

36. Глисин, Ф.Г. О конкурентоспособности промышленного предприятия [Текст] / Ф.Г. Глисин , Г. Воронина // Экономист . – 2014. – № 6. – С. 17-18.

37. Голубков, Е.П. Маркетинг как концепция рыночного управления [Текст]: учебное пособие / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 2. – С. 89-104.

38. Горбатенко, Е.Б. Роль СМИ в формировании имиджа региона [Текст] / Е. Б. Горбатенко, Н. Н. Железко, О. Ф. Нескрябина // Вестник экономической интеграции. – 2012. – Т. 1. – С. 181-185.

39. Господдержка в аграрном секторе. [Электронный ресурс]: многопредмет. науч. электронн. журнал, МФТИ, 2017. – URL к журналу: <http://agroxxi.ru/stati/gospodderghka-v-agrarnom-sectore.html>

40. Гродская, Г.Н. Проблемы оценки инновационной конкурентоспособности региона [Текст]: учебное пособие / Г.Н. Гродская // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2017. – № 8 – С. 39-45.

41. Давыдова, Н.К. Брендинг региона как инструмент стимулирования инвестиционной и инновационной активности [Текст] / Н.К. Давыдова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – № 11. – С. 183-187.
42. Давыдова, Н.С. Маркетинг территории в системе повышения инвестиционной привлекательности региона [Текст] / Н.С. Давыдова, М.П. Зайцев // Вестник Удмуртского университета. – 2013. – № 2. – С. 15-18.
43. Данкверт, С.А. Стабилизация и развитие животноводства России [Текст]: учеб. пособие / С.А. Данкверт. – М.: ФГУП РФ, 2015. – 359 с.
44. Денисенко, В.А. Эффективность управленческих практик руководителей организаций сферы торговли и услуг // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2013. № 3. С. 73-80
45. Для Белгорода выбрали бренд, 2013. [Электронный ресурс]. // Интернет-портал «Российской газеты»: [сайт]. М., 1998-2014. URL: <http://www.rg.ru/2013/04/03/reg-cfo/brend-anons.html>.
46. Дуденкова, Е.Н. Формирование инновационно-промышленных кластеров развития региона [Текст]: дисс. канд. эконом. наук / Е.Н. Дуденкова. – М., 2015. – 247 с.
47. Ергунова, О.Т. Механизм влияния маркетинга на региональную экономику [Текст] / О.Т. Ергунова // Регионология. – 2010. – № 4. – С. 56-58.
48. Ергунова, О.Т. Формирование организационно-структурных подходов реализации механизма регионального маркетинга [Текст] / О.Т. Ергунова // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2013. – №6. – С. 76-80.
49. Ерыгин, Ю.В. Модифицированный SWOT-анализ как инструмент формирования стратегических ориентиров [Текст] / Ю.В. Ерыгин, И.Н. Новикова // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева. – 2011. – № 5. – С. 170-172.
50. Жильников, А.Ю. Определение стимулирующих и сдерживающих факторов инновационной активности региона / А.Ю. Жильников // Экономические науки. – 2013. – № 99. – С. 77-82.

51. Журкина, Л.С. Уханова, Ю.А., Никишин, А.Ф. Влияние политики импортозамещения на торговлю Российской Федерации // Л.С. Журкина, Ю.А. Уханова, А.Ф. Никишин // Инновационная наука. – 2015. – Т. 1, № 5 (5). – С. 103-105.

52. Зверева, А.О., Иванов, Г.Г. Механизмы развития торговых организаций в неблагоприятных экономических условиях: монография / А.О. Зверева, Г.Г. Иванов. – Москва, 2010. – 220 с.

53. Зиннуров, У.Г. Применение инструментария стратегического маркетинга при формировании стратегий регионального развития [Текст] / У.Г. Зиннуров, А.С. Сорокожердев // Вестник УГАТУ. – 2014. – № 1 (41). – С. 194-199.

54. Игнатова, Т.В. Управление внешнеэкономической деятельностью»: учеб.метод.комплекс //, А.Б. Бабанов и Т.В. Подольская. – Ростов н/Д: Изд. СКАГС, 2014 – с 31.

55. Игнатова, Т.В., Максимова Е.Н. Управление внешнеэкономической деятельностью»: учеб.- метод. комплекс / Т.В. Игнатова, Е.Н. Максимова. – Ростов н/Д: ЮРИФ РАНХиГС, 2013. – 79 с.

56. Индексы потребительских цен на товары и услуги: [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/tariffs/#

57. Информация о Белгородчине [Электронный ресурс]: Белгородская область: [сайт]. – Официальный сайт «Губернатор и Правительство Белгородской области» / Пресс-служба Губернатора и Правительства Белгородской области. – Белгород, 2001-2017. – URL: <http://www.belregion.ru/region/>.

58. Кирьянко, А.В. Теоретические подходы к понятию маркетинга территории [Текст] / А.В. Кирьянко // Вестник Челябинского государственного университета. – 20012. – № 22. – С. 98-103.

59. Кожухова, Л.И., Беспаленко, Р.О., Тихомиров, Е.А. Методы определения границ товарных рынков, ориентированных на потребителя // Лесной вестник (МГ УЛ). – 2015. – № 5 (62). – С. 130-133.

60. Комаров, Е.А. Формирование имиджа, бренда и репутации региона в контексте развития внешнеэкономических связей [Текст] / Е.А. Комаров // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2014. – № 2. – С. 19-24.

61. Корда, Н.И. Теоретический и аналитический аспекты значимости инвестиций в обеспечении экономического роста / Н.И. Корда // Вестник Омского университета. – 2012. – № 3. – С. 353-355.

62. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст]: учебное пособие пер. с англ / Ф.Котлер, Г. Армстронг – М.: Вильямс, 2013. – 347 с.

63. Крылов, А.Н. Маркетинг региона и его влияние на развитие региональной экономики [Текст] / А.Н. Крылов // Актуальные проблемы структурной перестройки экономики России. – 2007. – № 17. – С. 73-77.

64. Кудрявцева, И.В. Маркетинг территорий как концепция развития территориальных единиц в условиях креативной экономики [Текст] / И.В. Кудрявцева, О. М.Калиева // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2012. – № 13 (149). – С. 198-201.

65. Кузичкина Н.И. Методологические основы диагностики состояния потребительского рынка [Текст]: учеб. пособие / Н.И. Кузичкина – М.: «Бизнес-страна», 2015. – 234 с.

66. Лавров, А.М. Основы маркетинга [Текст]: учеб. пособие / А.М. Лавров, О.Н. Котова, О.П. Брабандер. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2014. – 141 с.

67. Лыгина, Н.И. Региональный маркетинг как инструмент повышения инвестиционной привлекательности региона [Текст] / Н.И. Лыгина, Е.Н. Морозова // Вестник Орловского государственного института экономики и торговли. – 2015. – №2. – С. 19-26.

68. Медведев, В.А., Нестерук, Т.Ю. Особенности формирования товарного предложения на потребительском рынке // Маркетинг в России и за рубежом. 2012. № 2. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-2/08.shtml>.

69. Медякова, Е.М. Возможность синергетического эффекта управления государственными публичными торгами // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2013. – № 4. – С. 43-49.

70. Минерально-сырьевые ресурсы Белгородской области [Электронный ресурс] // Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации: [сайт]. М., 2017. – URL: <http://www.mnr.gov.ru/maps/?region=31>.

71. Мозуль, Л.Н. Роль имиджа в формировании конкурентоспособности территории [Текст] / Л.Н. Мозуль, Т.Ю. Сазонова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2011. – № 3 (16). – С. 104-107.

72. Новичков, Н.В. Маркетинг регионов: конкурентный подход [Текст] / Н.В. Новичков // *Argo administrandi* (Искусство управления). – 2016. – №2. – С. 5-12.

73. Новоселов, А.С. Региональные рынки [Текст]: учебник / А.С. Новоселов. – М.: ИН ФРА-М, 2011. – 322 с.

74. Новоселов, А.С. Теория региональных рынков: учебник. [Текст]: учебник / А.С. Новоселов. – М.: ИН ФРА-М, 2010. – 458 с.

75. О развитии туризма в Белгородской области [Электронный ресурс]. // Интернет-ресурс «Белгород. Летопись»: [сайт] / Белгородская Государственная Универсальная Научная библиотека: отдел автоматизации библиотечных процессов, отдел краеведческой литературы. Белгород, 2011-2017. – URL: <http://belogorie.bgunb.ru/View.aspx?ri=28>.

76. Опубликованы основные показатели социально-экономического развития Белгородской области на фоне России и регионов ЦФО

[Электронный ресурс] // Городской мультимедийный портал «БЕЛНОВОСТИ»: [сайт] Белгород, 2008 – 2017. – URL: <http://www.belnovosti.ru/news/economy/2013/12/10/opublikovany-osnovnye-pokazateli-socialno-ekonomicheskogo-razvitiya>.

77. Основные показатели социально-экономического развития Белгородской области на фоне России и регионов ЦФО в 2017 года [Электронный ресурс]: Официальный сайт «Губернатор и Правительство Белгородской области»: [сайт]. / Пресс-служба Губернатора и Правительства Белгородской области. – Белгород, 2001-2014. – URL: <http://www.belregion.ru/press/news.php?ID=3387>.

78. Основные показатели социально-экономического развития Белгородской области на фоне России и регионов Центрального федерального округа в 2017 году [Электронный ресурс]. // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области. Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. М., 1999-2014. – URL: http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/resources/a241330042e67282b4a1fd553db9bdfa/0426pres-%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82.htm.

79. Основные социально-экономические характеристики Белгородской области [Электронный ресурс]: Белгородская областная Дума: [сайт]. – Официальный сайт Белгородской областной думы / Пресс-служба Губернатора и Правительства Белгородской области. – Белгород, 2013-2017. – URL: <http://belduma.ru/infoobl/4/>.

80. Отчет о ходе реализации стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года (2008-2012 годы) [Электронный ресурс]: Официальный сайт «Губернатор и Правительство Белгородской области»: [сайт]. / Пресс-служба Губернатора и Правительства Белгородской области. – Белгород, 2001-2017. – URL: <http://www.belregion.ru/region/priorities/>.

81. Официальный сайт Губернатора и правительства Белгородской области [Электронный ресурс]: <http://www.belregion.ru/>

82. Официальный сайт органов местного самоуправления города Белгорода [Электронный ресурс]: <http://www.beladm.ru>

83. Ощепкова, М.Д. Концепция территориального маркетинга как базовый аспект региональной промышленной политики [Текст] / М.Д. Ощепкова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2015. – № 58. – С. 236-238.

84. Панкрухин, А. П. Маркетинг территорий [Текст] : 2-е изд., дополн. / А.П. Панкрухин. – СПб.: Питер, 2016. – 416 с.

85. Полякова, Б.В. Мировая экономика и международный бизнес / Б.В. Полякова и др. – М.: КНОРУ, 2005. – с.18.

86. Полякова, Т.В. Методологические основы территориального маркетинга [Текст] / Т.В. Полякова, В.Н. Поляков // Известия Волгоградского государственного технического университета, (Серия «Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива)»). – 2010. – № 13. – С. 108-112.

87. Попов, С.А. Влияние политико-экономической ситуации на развитие торговых отношений в России как прообраз будущего предпринимательства: VI – начало XX вв. // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2012. – № 1. – С. 232-241.

88. Проект Зеленая столица [Электронный ресурс]: Официальный сайт «Департамент экономического развития Белгородской области»: [сайт]. / Пресс-служба Губернатора и Правительства Белгородской области. – Белгород, 2008-2017. – URL: <http://www.derbo.ru/projects/zelenaya-stolicza>.

89. Пфайфер, М.Р. Маркетинг территорий как современная концепция управления развитием муниципальных образований [Текст] / М.Р. Пфайфер // Известия Алтайского государственного университета. – 2012. – № 2-1 (74). – С. 310-313.

90. Рамазанов, М. Итоги 2015 года: Успехи импортозамещения делают Россию самостоятельной: [Электронный ресурс] // Политическая Россия – Общественно-политический интернет журнал. – URL: <http://politrussia.com/ekonomika/importozameshchenie-i-sanktsii-237/> [Дата обращения - 15.12.2017]

91. Распределение российских регионов по рейтингу инвестиционного климата в 2012-2017 гг. [Электронный ресурс] // «ЭКСПЕРТ РА» Рейтинговое агентство: [сайт]. М., 1997-2017. – URL: <http://www.raexpert.ru/ratings/regions/2013/att1/att1-2/>.

92. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017 [Текст]: Стат. сб. / Росстат. – М., 2017. – 990 с.

93. Рейтинг 100 лучших городов России, 2017. [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Коммерсантъ. Издательский дом»: [сайт]. М., 1991-2014. – URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2158894>.

94. Рейтинг качества стратегий социально-экономического развития регионов России на апрель 2013 года: лидеры планирования [Электронный ресурс] // «ЭКСПЕРТ РА» Рейтинговое агентство: [сайт]. М., 1997-2017. – URL: http://www.raexpert.ru/researches/regions/soc_eco_regions_04_2013/.

95. Рейтинг российских регионов по качеству жизни - 2017 [Электронный ресурс] // Интернет-портал Рейтингового агентства «РИА Рейтинг» - Российское агентство международной информации «РИА Новости»: [сайт]. М., 2014. – URL: <http://riarating.ru/infografika/20131217/610601622.html>.

96. Рейтинг социального самочувствия регионов России, 2013. [Электронный ресурс] // Фонд развития гражданского общества: [сайт]. М., 2014. URL: <http://civilfund.ru/mat/view/27>.

97. Рейтинг Фонда «Петербургская политика» за декабрь 2017 года. [Электронный ресурс]. // Официальный сайт Фонда развития общественных связей «Петербургская политика»: [сайт]. М., 2002-2017. – URL: <http://www.fpp.spb.ru/fpp-rating-15.php>.

98. Сачук, Т.В. Поведение потребителей в территориальном маркетинге [Текст] / Т.В. Сачук. – Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, Ин-т экономики, 2015. – 157 с.

99. Сачук, Т.В. Реализация территориального маркетинга на уровне субъекта федерации (на примере Республики Карелия) [Текст]: Монография / Т.В. Сачук. – Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, Ин-т экономики, 2014. – 143 с.

100. Сачук, Т.В. Территориальный маркетинг [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Сачук. – СПб.: Питер, 2011. – 368 с.

101. Солдатова, Н.Ф., Предпринимательство: устойчивость в условиях глобального кризиса [Текст] / С.Б. Солдатова, Н.Ф. Ильяшенко // Российское предпринимательство. – 2016. – № 11. – С.13-21.

102. Сорокожердев, А. С. Региональный маркетинг в стратегии повышения конкурентоспособности субъектов РФ [Текст] / А. С. Сорокожердев // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 4 (24). – С. 315-316.

103. Социально-экономическое положение Белгородской области в январе 2017 [Текст]: стат. бюл. / Федер. служба гос. статистики, Территориальный орган федер. службы гос. статистики по Белгор. обл. – Белгород: Белгор. облкомстат, 2017. – 253 с.

104. Социально-экономическое развитие Белгородской области [Электронный ресурс]: Официальный сайт «Департамент экономического развития Белгородской области»: [сайт]. / Пресс-служба Губернатора и Правительства Белгородской области. – Белгород, 2008-2017. – URL: <http://www.derbo.ru/other/strateg-planir-soc-ec-razv-Dop-menu/soczialno-ekonomicheskoe-razvitie-bo>.

105. Спицын, В.С. Корпоративный подход при формировании и реализации стратегий маркетинга региона [Текст] / В.С. Спицын // Практический маркетинг. – 2013. – № 12 (106). – С. 2-10.

106. Старцев, Ю.Н. Территориальный маркетинг [Текст] : учеб. пособие / Ю.Н. Старцев. – Челябинск: Изд-во Татьяны Лурье, 2004. – 84 с.
107. Статистический ежегодник. Белгородская область. 2017: стат. сб. / Росстат, Белгородстат. – Офиц. изд. Белгород: [б. и.], 2017
108. Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года [Электронный ресурс] : Официальный сайт «Губернатор и Правительство Белгородской области»: [сайт]. / Пресс-служба Губернатора и Правительства Белгородской области. – Белгород, 2001-2017. – URL: <http://www.belregion.ru/region/priorities/>.
109. Стребков, Д.М. Проблемы развития сельскохозяйственных потребительских кооперативов: учебное пособие [Текст]: учебное пособие / Д.М. Стребков – М.: Российское предпринимательство, 2015. – 134 с.
110. Сурнин, В.С. Реформирование экономики: региональные аспекты. Ч. 2: Региональный маркетинг и тенденции его развития. [Текст]: учебное пособие / В.С. Сурнин, А.М. Лавров. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2012. – 144 с.
111. Татаркин, А.И. Конкурентное позиционирование регионов и территорий в пространственном развитии России. [Текст] / А.И. Татаркин // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2013. – № 8 (157). – С. 148-158.
112. Тинякова, В.И. Современные грани территориального маркетинга [Текст] / В.И. Тинякова, С.А. Волкова // Перспективные науки. – 2013. – № 4 (43). – С. 78-82.
113. Токарева, О.Б. Специфика маркетинга малых городов в системе маркетинга территорий [Текст] / О.Б. Токарева // Современная экономика: проблемы и решения. – 2012. – № 8 (32). – С. 170-181.
114. Топорков Н.С., Ильяшенко, С.Б. Некоторые аспекты торговой деятельности предприятия в условиях импортозамещения // Эволюция современной науки / Сборник статей Международной научно-практической конференции: в 3-х частях, 2016. – С. 194-196.

115. Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]: [офиц. сайт]. – Инвестиции в Россию. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/finans/dinrent.htm

116. Центрсоюз Российской Федерации [Электронный ресурс] [офиц сайт] – Импорт продовольственных товаров. – URL: <http://rus.coop/about/figures/>

117. Чмышенко, Е.В. Технологии и инструменты маркетинга в стратегическом региональном планировании [Текст]: монография / Е.В. Чмышенко, С.В. Панкова, Е.Г. Чмышенко. – Оренбург: ОГУ, 2013. – 181 с.

118. Шишкин, А.В. Региональный маркетинг: проблемы формирования и функционирования [Текст] / А.В. Шишкин // Современные проблемы науки и образования. – 2006. – № 1. – С. 107-108.

119. Экологический рейтинг субъектов Российской Федерации, 2013. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Общероссийской общественной организации «Зелёный Патруль»: [сайт]. М., 2007-2014. – URL: <http://greenpatrol.ru/regions>.

120. Экономика Белгородской области [Электронный ресурс]: Белгородская область: [сайт]. – Проект портала «Губернатор и Правительство Белгородской области» - Пресс-служба Губернатора и Правительства Белгородской области. – Белгород, 2001-2018. – URL: <http://www.belregion.ru/region/economy/>.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1

**Основные нормативно-правовые акты в области регулирования потребительского рынка
Российской Федерации и Белгородской области**

№ п/п	Наименование нормативно-правового акта	Дата принятия	Область регулирования потребительского рынка
1.	Кодекс об административных правонарушениях Российской Федерации (КоАП РФ)	1 июля 2002 г.	Регулирование административной ответственности за нарушения законодательства в области потребительского рынка.
2.	Гражданский кодекс Российской Федерации	30 ноября 1994 г.	Определяет правовое положение участников гражданского оборота, основания возникновения и порядок осуществления права собственности и других вещных прав
3.	Закон РФ «О защите прав потребителей»	07 февраля 1992 г.	Регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг).
4.	Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» № 381-ФЗ	28 декабря 2009 года	Определяет основы государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации
5.	Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» № 99-ФЗ	4 мая 2011 г.	Регулирует отношения, возникающие между федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями в связи с осуществлением лицензирования отдельных видов деятельности
6.	Федеральный закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» № 52-ФЗ	30 марта 1999 г.	Направлен на обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия населения как одного из основных условий реализации конституционных прав граждан на охрану здоровья и благоприятную окружающую среду
7.	Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» № 29-ФЗ	02 января 2000 г.	Определяет общие требования к обеспечению качества и безопасности пищевых продуктов при их реализации.
8.	Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» № 171-ФЗ	22 ноября 1995 г.	Устанавливает правовые основы промышленного производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции в Российской Федерации.

Окончание прил. 1

9.	Федеральный закон «О техническом регулировании» № 184-ФЗ	27 декабря 2002 г.	Регулирует отношения, возникающие: при разработке, принятии, применении и исполнении обязательных требований к продукции, процессам производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации продукции.
10.	Федеральный закон «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе» № 11-ФЗ	7 марта 2005 г.	Устанавливает правовые основы производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и ограничения потребления (распития) алкогольной продукции в Российской Федерации.
11.	Федеральный закон «Об ограничении курения табака» № 87-ФЗ	10 июля 2001 г.	Регулирование деятельности по производству табачных изделий, оптовой торговле табачными изделиями и розничной продаже табачных изделий.
12.	Распоряжение главы администрации Белгородской области «О предельном уровне торговых надбавок на товары народного потребления» № 563-р	28 июля 1995 года	Устанавливает предельные размеры торговых надбавок к свободным отпускным ценам предприятия - изготовителя для всех предприятий и организаций, независимо от их организационно-правовых форм и ведомственной принадлежности, расположенных на территории Белгородской области
13.	Постановление Правительства Белгородской области «Об определении порядка организации торговых ярмарок на территории Белгородской области» № 442-пп	06 ноября 2012 г.	Утверждает порядок организации ярмарок и продажи товаров на них
14.	Решение Белгородского городского Совета «Об утверждении Правил благоустройства территории городского округа «Город Белгород» № 572	31 октября 2017 г.	Правила устанавливают единые и обязательные к исполнению требования в сфере благоустройства, обеспечению доступности городской среды, определяют порядок уборки и содержания городских территорий и объектов благоустройства, перечень работ по благоустройству, их периодичность, порядок участия всех юридических и физических лиц, индивидуальных предпринимателей, являющихся собственниками земель, застройщиками, собственниками зданий (нежилых помещений), строений и сооружений, объектов благоустройства, в содержании и благоустройстве прилегающих территорий
15.	Постановление администрации города Белгорода «О порядке размещения нестационарных торговых объектов на территории городского округа «Город Белгород» № 124	09 августа 2016 г.	Настоящий Порядок разработан в целях решения вопроса местного значения городского округа «Город Белгород» по созданию условий для обеспечения жителей городского округа услугами торговли и определяет процедуру размещения нестационарных торговых объектов на территории городского округа

Приложение 2

**Перечень государственных программ, реализуемых в Белгородской области в 2016 году,
направленных на содействие импортозамещению**

Наименование программы	Ответственный исполнитель	Цель	Основные достижения
1. Развитие экономического потенциала	Департамент экономического развития	Создание условий для увеличения экономического потенциала Белгородской области, повышение инвестиционной и инновационной активности бизнеса в регионе	<ul style="list-style-type: none"> - Белгородская область входит в число регионов с «высшим уровнем оценки регулирующего воздействия» и занимает 8 место среди субъектов Российской Федерации, 1 место в Центральном федеральном округе; - В рамках проектного управления внедрено на территории 22 муниципальных образований области 206 успешных практик по развитию малого и среднего предпринимательства, сформированных АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов»; - Принятие законов, устанавливающих пониженную ставку налога на прибыль для организаций, реализующих крупные региональные инвестиционные проекты; - Ежегодный объем инвестиций на развитие экономики и социальной сферы в Белгородской области с 2015 года превышает 140 млрд рублей, что составляет около 1% объема инвестиций в целом по Российской Федерации; - Белгородская область занимает 3 место в рейтинге делового гостеприимства регионов, составленного некоммерческим партнерством «Клуб лидеров по продвижению инициатив бизнеса» в 2017 году; - Проведение на территории Белгородской области «Года качества», включающего в себя блок работ по защите рынка от недоброкачественной и фальсифицированной продукции; - Доля товаров ненадлежащего качества, поступающих на потребительский рынок, по большинству продовольственных и непродовольственных товаров сократилась по сравнению с январем-июнем 2016 года; - Реализуется программа по развитию промышленных парков на территории области до 2020 года.

Окончание прил. 2

<p>2. Развитие сельского хозяйства и рыболовства; 3. Развитие водного и лесного хозяйства</p>	<p>Департамент агропромышленного комплекса и воспроизводства окружающей среды</p>	<p>Создание новых современных конкурентоспособных производств, развитие импортозамещения, сохранение и дальнейшее развитие достигнутых предприятиями позиций на внешнем и внутреннем рынках</p>	<ul style="list-style-type: none"> - В январе-июне 2017 года индекс промышленного производства по сравнению с январем-июнем 2016 года в сопоставимых условиях составил 105,3% (по России – 102%); - В январе-июне 2017 года увеличился индекс производства по сравнению с январем-июнем 2016 года по предприятиям, занимающихся производством: <ul style="list-style-type: none"> - пищевых продуктов (на 15,3%), - производством текстильных изделий (на 10,4%), - производством одежды (в 1,9 раза), - производством кожи и изделий из кожи (на 17,7%), - производством лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях (на 15,9%), - производством машин и оборудованием, не включенных в другие группировки (на 16,2%); - В рамках импортозамещения реализуются проекты по созданию новых производств (ООО «Белгородский завод сапфиров «Монокристалл», ООО «Индустрия», ЗАО «Фабрика диаграммных бумаг», открытие ювелирного завода «Арт-карат»); - В 2017 году в соответствии с принятыми распоряжениями Правительства Российской Федерации предусматривается государственная поддержка предприятий агропромышленного комплекса из федерального бюджета в сумме 7,1 млрд рублей; - В I полугодии 2017 года по объему производства мяса в расчете на душу населения область занимает первое место среди всех регионов Центрального федерального округа; - Продолжается развитие программ «Семейные фермы Белогорья», «Поддержка начинающих фермеров» и «Развитие семейных животноводческих ферм», «Я – сельский предприниматель»; - Реализация инвестиционных проектов в свиноводстве, птицеводстве, молочном животноводстве, производстве овощей защищенного грунта, садоводстве, селекции и семеноводстве.
---	---	---	---

Приложение 3

**Первоочередные мероприятия, направленные на повышение
эффективности регулирования потребительского рынка
Белгородской области**

№ п/п	Направление регулирования	Первоочередные мероприятия
1.	Формирование и совершенствование информационно-коммуникационного комплекса инфраструктуры потребительского рынка	<ul style="list-style-type: none"> - формирование системы мониторинга развития потребительского рынка в региональном разрезе и по Российской Федерации в целом; - развитие информационного обеспечения федеральных и региональных органов власти на основе современных информационных технологий для создания общедоступной системы обеспечения предприятий оперативной информацией о состоянии потребительского рынка; - обеспечение предприятий и организаций потребительского рынка современными средствами передачи информации и интеграцию их в единую информационную сеть России.
2.	Достижение разнообразия рыночных структур, осуществляющих торговую деятельность:	<ul style="list-style-type: none"> - создание системы оптовых продовольственных рынков, ориентирующихся не только на потребности Белгородской области, но и на соседние регионы; - развитие выставочно-ярмарочной деятельности, обеспечивающей поддержание и укрепление продовольственной безопасности, гарантирующих обеспечение населения всеми необходимыми видами товаров продовольственного назначения; - совершенствование системы потребительской кооперации.
3.	Дальнейшее расширение сети, совершенствование организации и усиление социальной направленности общественного питания:	<ul style="list-style-type: none"> - создание новых и дальнейшее развитие действующих сетей предприятий общественного питания с позиций их доступности и повышения уровня обеспеченности населения; - увеличение количества предприятий «быстрого питания» по местам пролегания туристских маршрутов, основных транспортных магистралей, а также в парках, местах отдыха, проведения досуга населения и т.д.
4.	Обеспечение территориальной доступности предприятий бытового обслуживания, повышение уровня обслуживания и качества услуг, оказываемых населению за счёт внедрения новых технологий:	<ul style="list-style-type: none"> - создание и модернизация сети комплексных предприятий бытового обслуживания, оказывающих услуги повседневного спроса; - обеспечение доступности объектов бытового обслуживания для лиц с ограниченными возможностями посредством их оснащения специальным оборудованием; - совершенствование методов оказания услуг за счёт приёма заказов на обслуживание по телефону и в сети Интернет.
5.	Достижение нового качественного уровня кадрового потенциала отраслей потребительского рынка, обладающего современными знаниями, опытом профессиональной деятельности и высокой культурой:	<ul style="list-style-type: none"> - создание работодателями условий для повышения квалификации работников, введение постоянно действующей отвечающей современным требованиям рынка системы повышения квалификации руководителей предприятий; - проведение руководителями предприятий аттестаций работников с целью выявления уровня их профессиональной подготовки; - применение условий оплаты труда, учитывающих квалификацию и конкретный вклад каждого работника в работу предприятия.

