

УДК/UDC 330.8

Теоретический аспект механизмов регулирования потребительского рынка

Яни Артем Валерьевич

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина

г. Краснодар, Россия

e-mail: av_yanu@mail.ru

SPIN-код: 9018-4376

Аннотация

В статье исследуются вопросы регулирования потребительского рынка как инструментами косвенного воздействия, так и прямыми административными инструментами. Рассматриваются аспекты повышения эффективности регулирования потребительского рынка со стороны государственных органов власти. Отражены перспективы использования механизма государственно-частного партнерства как одного из инструментов регулирования потребительского рынка, призванного повысить социально-экономические эффекты для общества за счет гармонизации интересов органов власти и субъектов предпринимательства. Отмечается необходимость государственной поддержки субъектов малого предпринимательства потребительского рынка для стимулирования развития реального сектора экономики, обеспечения доступности каналов сбыта для отечественных товаропроизводителей, роста занятости и расширения налогооблагаемой базы. Особое внимание уделяется перспективам использования объектов рыночной инфраструктуры для поддержки субъектов малого предпринимательства и товарных домохозяйств, функционирующих в режиме самозанятости.

Ключевые слова: регулирование, органы власти, потребительский рынок, механизм государственно-частного партнерства, предприниматели.

Theoretical aspect of regulatory mechanisms of the consumer market

Yani Artem Valeryevich

Candidate of Economics, assistant professor of the Department of Economic Theory

Kuban State Agrarian University

Krasnodar, Russia

e-mail: av_yany@mail.ru

SPIN Code: 9018-4376

Abstract

The article examines the issues of regulation of the consumer market both by means of indirect influence and by direct administrative tools. The aspects of increasing the efficiency of regulation of the consumer market by state authorities are considered. The prospects of using the mechanism of public-private partnership as one of the tools for regulating the consumer market, designed to increase socio-economic effects for society by harmonizing the interests of government bodies and business entities, are reflected. The need for state support for small businesses in the consumer market is noted to stimulate the development of the real sector of the economy, ensure the availability of sales channels for domestic producers, increase employment and expand the tax base. Particular attention is paid to the prospects for the use of market infrastructure facilities to support small businesses and commodity households operating in self-employment mode.

Key words: regulation, authorities, consumer market, mechanism of public-private partnership, entrepreneurs.

Необходимость государственного регулирования потребительского рынка в современных условиях во многом связана с необходимостью оказывать более существенное влияние на изменение уровня и качества жизни населения, поскольку в условиях рыночной экономики наблюдается всеобщая монетизация всех аспектов деятельности человека [1]. Рынок потребительских товаров и услуг становится центральным местом столкновения интересов разных экономических субъектов, и регулирование выстраивающихся в рыночной экономике хозяйственных от-

ношений является одним из важных условий формирования социально-экономической устойчивости в обществе.

До начала XIX в. потребительский рынок вполне естественно развивался на основе механизма саморегулирования. С началом индустриализации темпы развития потребительского рынка существенно усилились, стали чаще проявляться ситуации перепроизводства товаров, превышения предложения над спросом, что привело к увеличению экономических кризисов и сокращению периодов между ними. В настоящее время концепция совершенной конкуренции и свободных рыночных отношений утопична и не может быть успешно реализована ни в одном государстве с открытой экономикой. Механизм саморегулирования в рыночной экономике нужно воспринимать с позиций не основного, а вспомогательного инструмента регулирования потребительского рынка, в то время как государственное регулирование следует воспринимать с позиций объективной необходимости.

Современные особенности социально-экономического развития российского общества актуализируют вопросы совершенствования организационно-экономического механизма регулирования потребительского рынка [1]. В рамках данного механизма особого внимания заслуживают вопросы, связанные с выявлением перспективных направлений регулирования потребительского рынка на уровне региона, призванных нивелировать негативные проявления рыночной экономики.

Представляется, что вопросы роста административных барьеров в торговой сфере стоят в настоящее время не так остро, а темпы развития торгового предпринимательства среди респондентов в большей степени зависят от нарастания внутренней и внешней конкуренции. Увеличение количества иностранных компаний на российском потребительском рынке приводит к вытеснению с местных рынков мелких и средних субъектов торгового предпринимательства, что также приводит к росту безработицы и увеличению социальной напряженности. Считаем, что в рамках рыночной конкуренции на потребительском рынке, безусловно, создаются условия, которые положительно отражаются на росте качества

продукции, расширении ассортимента товаров и услуг, что в целом положительно воспринимается потребителями. В этой связи регулирующий эффект со стороны территориальных органов власти во многом должен быть связан с достижением оптимального баланса между социальными ценностями для общества и коммерческими интересами субъектов предпринимательства.

Региональные органы власти призваны регулировать социально-экономическое развитие местной экономики, а значит должны использовать действенные организационно-экономические механизмы, призванные обеспечить нормальное функционирование мезоэкономики, включая потребительский региональный рынок.

В текущих условиях регулирование потребительского рынка многими российскими гражданами воспринимается вполне логичным, но с позиций защиты потребительских прав населения. Данная сторона административного регулирования всегда будет актуальной, т. к. в обществе не созданы необходимые институциональные условия для обеспечения широкой правовой грамотности широких масс населения и требуется создание доступных населению институтов в сфере юридического сопровождения сделок и прочих хозяйственных отношений, в т. ч. связанных с регулированием вопросов купли-продажи товаров и услуг.

В рамках локального регулирования также стоит выделить такие формы регулирования потребительского рынка, как определение муниципальными органами власти мест для организации оптово-розничных рынков, торговых центров, выдача разрешений на открытие розничных объектов в частных и многоквартирных домах и др. Изменение местного законодательства также может негативно влиять на темпы развития малого предпринимательства, но при этом частично могут решаться общественные задачи, связанные с изменением городской среды (например, ликвидация малых киосков и ларьков, расположенных в бессистемном порядке). В целом упорядоченное размещение мелкорозничной торговой сети, а также координация размещения объектов розничной торговли яв-

ляется одной из важных сторон регулирования потребительского рынка на локальном уровне [4].

В условиях рыночной экономики развитие рыночной инфраструктуры происходит под действием рыночного механизма, и ее развитие с участием органов власти, как правило, не требуется. В то же время считаем, что создание объектов рыночной инфраструктуры с долей государственной (региональной) собственности вполне оправдано и способно оказать положительное социально-экономическое воздействие на темпы развития региональной экономики. Например, можно выделить создание потребительских сбытовых кооперативов с участием муниципальной или региональной собственности в рамках государственно-частного партнерства [2].

В частности, на наш взгляд, использование механизма государственно-частного партнерства в создании объектов рыночной инфраструктуры можно рассматривать как действенный организационно-экономический механизм, который на локальном уровне может эффективно использоваться для регулирования деятельности отдельных категорий рыночных агентов потребительской сферы. С социально-экономической точки зрения формирование сбытовых и перерабатывающих кооперативов с государственным участием (на основе механизма государственно-частного партнерства) наиболее целесообразно для поддержки субъектов малого предпринимательства, прежде всего малых товарных домохозяйств, функционирующих в условиях самозанятости [3; 4]. В рамках данного механизма органы власти могут посредством бюджетных инвестиций и частной предпринимательской инициативы создать на уровне региона необходимую институциональную среду, которая будет, с одной стороны, способствовать развитию потребительского рынка, а с другой - решать значимые для общества социально-экономические задачи. Из вышесказанного видно, что совершенствование механизмов регулирования развития потребительского рынка следует воспринимать как одно из важных направлений современной внутренней экономической политики государства.

Список литературы

1. Гаджиев Н. Г., Гумбатова С. И. Государственное регулирование рынка // Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн. 2016. № 6 (27). URL: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/3240> (дата обращения: 03.03.2021).
2. Андреев С. Ю., Бочкова Т. А., Мамий С. А. Совершенствование форм государственного регулирования предпринимательской деятельности на территории Краснодарского края // Новые технологии. 2020. № 1. С. 96–108.
3. Андреев С. Ю., Гаспарян Б. А. Созидательная и разрушительная сила конкуренции в развитии национальной экономики // Российская экономическая модель-3: институты развития. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. 2014. С. 14–21.
4. Рыбальченко Е., Андреев С. Ю. Факторы, сдерживающие развитие малого бизнеса в Краснодарском крае // Информационное общество: современное состояние и перспективы развития. Сборник материалов VIII международного форума. 2017. С. 410–413.

References

1. Gadzhiev N. G., Gumbatova S. I. State regulation of the market // Universum: Economics and jurisprudence: electron. scientific. zhurn. 2016. No. 6 (27). URL: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/3240> (date of access: 03.03.2021).
2. Andreev S. Yu., Bochkova T. A., Mamiy S. A. Improving the forms of state regulation of entrepreneurial activity in the Krasnodar Territory // New technologies. 2020. No. 1. Pp. 96–108
3. Andreev S. Yu., Gasparyan B. A. The creative and destructive force of competition in the development of the national economy // Russian economic model-3: development institutions. Collection of materials of the International Scientific and Practical Conference. 2014. Pp. 14–21.
4. Rybalchenko E., Andreev S. Yu. Factors constraining the development of small business in the Krasnodar Territory // Information Society: Current State and Development Prospects. Collection of materials of the VIII international forum. 2017. Pp. 410–413.