РЕГИОНАЛЬНЫЕ И МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКОВ: В ПОИСКАХ КОНСЕНСУСА

Усова Н.В.

аспирант кафедры экономики и управления Уральского института – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Россия)
620990, Россия, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. 8 марта, 66, natalya.usova@uapa.ru

УДК 339.37
ББК 65.422.82

В статье проводится сравнительный анализ ключевых стратегических документов Свердловской области и её крупнейших городов, определяющих приоритеты развития регионального и локального потребительских рынков. По итогам анализа автор определяет степень их координации, согласованности и непротиворечивости.

Ключевые слова: локальный потребительский рынок, крупные и крупнейшие города, розничная торговля, сравнительный анализ, приоритеты развития.

Usova N.V.

REGIONAL AND MUNICIPAL DEVELOPMENT PROGRAM OF CONSUMER MARKETS: IN SEARCH OF CONSENSUS

The article presents a comparative analysis of the key strategic documents of the Sverdlovsk region and its largest cities, defining development priorities for regional and local consumer markets. As a result of the analysis, the author determines the degree of their coordination, congruence and consistency.

Key words: local consumer market, large and largest cities, retail, comparative analysis, development priorities.

Устойчивое развитие локального потребительского рынка является важнейшим условием стабильного развития муниципальной экономики и социального благополучия местного сообщества. Роль потребительного рынка в обеспечении благополучия населения территории предопределяет необходимость регулирования данной сферы для органов власти субъекта Федерации и местного самоуправления. При этом эффективность процесса регулирования во многом зависит от степени согласованности целей, задач, механизмов и инструментов, используемых органами власти всех уровней.

Полномочия региональных органов власти и местного самоуправления в сфере регулирования потребительского рынка закреплены в Федеральном законе от 06.10.2003 N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» и Федеральном законе от 28.12.2009 N 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», при этом ни один из них не содержит чёткого определения полномочий органов местного самоуправления. Так, в соответствии с данными нормативно-правовыми актами, органы местного самоуправления несут ответственность за создание условий по обеспечению жителей муниципального образования услугами торговли, также они выполняют ряд сопряженных функций, в том числе:

- реализация государственной политики в области торговой деятельности, в том числе закрепление ее в местных программных документах;
- мониторинг состояния локального потребительского рынка;
- разработка и реализация мероприятий по содействию развитию торговой деятельности на территории города.

Однако вопросы координации и согласования действий органов власти субъекта Федерации и местного самоуправления, пока не нашли отражения в существующей нормативно-правовой базе.

Вопросы государственного регулирования развития потребительского рынка привлекают внимание и многих российских ученых. В частности, Омарова Н.Ю. [1] рассматривает экономическую диагностику и эффективность взаимодействия предпринимательских структур на потребительском рынке. Ско-

© Усова Н.В., 2013

пина И.В. [2] занимается вопросами формирования и развития региональных потребительских рынков в условиях трансформирующейся экономики. Существенный вклад в исследование построения эффективной системы координации локального потребительского рынка мегаполиса внес А.Н. Крамарев [3]. Однако несмотря на существенный массив теоретико-методических исследований, вопросы координации действий органов власти разных уровней пока не получили комплексного освещения в отечественных научных изданиях. С учетом вышесказанного, целью проведенного исследования стало выявление степени согласованности и непротиворечивости стратегических программных документов регионального и муниципального уровней, определяющих приоритеты развития потребительского рынка.

В рамках данной статьи автором были изучены ключевые стратегические документы Свердловской области и ее крупнейших городов (Екатеринбург, Нижний Тагил и Каменск-Уральский), определяющие приоритеты функционирования регионального и локального потребительских рынков с точки зрения степени их согласованности и взаимной координации. Выбор данных городов в качестве полигона исследования не случаен. Как показывают данные, приведенные в таблице 1, эти города концентрируют порядка 80% оборота розничной торговли и около 45% от общей численности населения области.

Таблица 1

Удельный вес численности населения и оборота розничной торговли Екатеринбурга, Нижнего Тагила и Каменск-Уральского в показателях Свердловской области [составлено по 6,7,8,9,10]

Наименование города	Показатель	2007 год	2008 год	2009 год	2010 год	2011 год
Екатеринбург	Удельный вес оборота розничной торговли города в региональном показателе	66,9	65,1	66,2	67	69,6
	Удельный вес численности населения города в региональном показателе	30,8	31	31,3	32,2	31,9
Нижний Тагил	Удельный вес оборота розничной торговли города в региональном показателе	5,3	6,9	8,1	8,4	8,4
	Удельный вес численности населения города в региональном показателе	8,5	8,5	8,5	8,4	8,3
Каменск-Уральский	Удельный вес оборота розничной торговли города в региональном показателе	3,4	4,1	3,2	2,8	2,4
	Удельный вес численности населения города в региональном показателе	4,2	4,1	4,1	4,1	4,0

Таблица 2

Региональные и муниципальные программные документы, действующие на территории Свердловской области

№ п/п	Область, муниципальное образование	Программные документы
1.	Свердловская область	Стратегия развития торговли в Свердловской области на 2012-2015 годы и на период до 2020 года Концепция обеспечения продовольственной безопасности населения Свердловской области на период до 2015 года Программа социально-экономического развития Свердловской области на 2011 – 2015 годы Концепция государственной политики поддержки и развития малого предпринимательства в Свердловской области на 2002 – 2020 годы
2.	Екатеринбург	«Стратегический план развития города Екатеринбурга до 2020г.» (принят Екатеринбургской городской Думой 26.10.2010 года, № 67/30)
3.	Нижний Тагил	В «Стратегии развития муниципального образования «Город Нижний Тагил» Свердловской области до 2020 года» не рассматривается. В процессе разработки программа развития потребительского рынка административно-промышленного центра области до 2015 года.
4.	Каменск-Уральский	«Программа социально-экономического развития муниципального образования город Каменск-Уральский на 2012-2014 годы» (Утверждена решением Городской Думы города Каменска-Уральского от 23.11.2011г. № 423)

Стратегические документы социально-экономического развития разработаны и действуют, как на региональном уровне, так и во всех исследуемых муниципальных образованиях (таблица 2). При этом муниципалитеты вопросы развития потребительского рынка отражают не в отдельном документе, а в рамках стратегического плана развития города.

Сравнительный анализ этих документов был проведен по следующим параметрам: целевые установки, основные задачи развития потребительского рынка, программные мероприятия и ожидаемые результаты.

Анализ целевых установок показал достаточно существенные расхождения областных и муниципальных программ. Так, региональная программа направлена на эффективное развитие сектора торговли с закреплением устойчивого положения Свердловской области в числе ведущих субъектов Российской Федерации по группе основных показателей развития. При этом эффективность развития сектора связана с созданием товаропроводящей инфраструктуры, обеспечивающей деятельность хозяйствующих субъектов по наиболее полному удовлетворению спроса населения на потребительские товары, в первую очередь отечественного производства.

В соответствии с городской стратегией развития планируется формирование новой организации потребительского рынка Екатеринбурга, а также интеграция муниципального образования в мировую систему товародвижения и комплексного развития международных, социокультурных и бизнес-коммуникаций, что позволит удовлетворить разнообразные потребности населения в качественных товарах и услугах. Кроме того, городская стратегия ориентирована на обеспечение территориальной доступности объектов розничной торговли и развитие системы менеджмента качества, при одновременном повышении уровня продовольственной безопасности на основе усиления самообеспеченности муниципального образования продукцией местного производства и роста её конкурентоспособности. В настоящее время, в стратегическом видении разработчиков, потребительский рынок Екатеринбурга представляется как место, где местное население, а также гости города, имеют возможность приобрести товары и услуги высокого качества в комфортных условиях.

Таблица 3

Основные задачи развития потребительского рынка [составлено по 11,12,13,14]

Свердловская область	Екатеринбург	Нижний Тагил	Каменск-Уральский
1. приближение уровня торгового обслуживания абсолютного большинства жителей области к стандартам развитых европейских стран: – повышение социально-экономической эффективности регулирования сектора торговли; – развитие инфраструктуры торговли; – совершенствование кадрового обеспечения сектора торговли; – повышение правовой грамотности и информированности населения в вопросах защиты прав потребителей. 2. обеспечение продовольственной безопасности области: – формирование конкурентной среды в секторе торговли; – оказание приоритетной поддержки в развитии торговли товарами российских производителей товаров, в том числе производителей Свердловской области. Обеспечение оптимизации соотношения на товарном рынке отечественных и импортных товаров; – повышение экономической доступности товаров для населения области, обеспечение в области торговли приоритетной поддержки социально незащищенных слоев населения; – обеспечение качества и безопасности потребительских товаров, реализуемых на территории области; – развитие торговли в малых и отдалённых населённых пунктах.	– модернизация складской логистической инфраструктуры как базы для розничной торговли – развитие сферы розничной торговли на основе прогрессивных технологий, современных форматов, территориальной доступности для населения каждого микрорайона, формирование периферийных торговых узлов с учетом развития Екатеринбургской агломерации.	– ускорение темпов развития оптимальной инфраструктуры, – формирование современной организации и технологии товародвижения, – внедрение прогрессивных инновационных направлений, форм и методов торговли – разработка новых подходов к решению кадрового вопроса.	– повышение уровня торгового обслуживания.

В отличие от Екатеринбурга, приоритеты развития потребительского рынка Нижнего Тагила не нашли должного отражения в программных документах города. В настоящее время разрабатывается муниципальная программа развития потребительского рынка на период до 2015 года. Органами власти и местного самоуправления заявлены целевые установки, на основе которых она должна быть разработана. В частности, в Нижнем Тагиле планируется создать достойные условия для развития конкуренции в розничной торговле, что, в свою очередь, позволит обеспечить комфортные условия для приобретения товаров потребительского назначения населению муниципалитета. Также город должен стать «второй торговой столицей» области, составляя достойную конкуренцию Екатеринбургу.

Администрация города Каменск-Уральский в «Программе социально-экономического развития муниципального образования город Каменск-Уральский на 2012-2014 годы» в качестве целевого вектора определяет создание условий для наиболее полного удовлетворения спроса населения на потребительские товары.

Таким образом, для всех анализируемых программных документов целевой установкой является удовлетворение потребностей населения в услугах розничной торговли, но при этом разработчиками определены различные задачи и пути их решения. Результаты систематизации и сравнения этих задач представлены в таблице 3.

Примечательно, что только региональная стратегия в качестве одной из приоритетных задач ставит регулирование сектора торговли административными методами. По мнению автора, данная инициатива должна найти своё отражение также и в программных документах муниципалитетов. В процессе создания условий для обеспечения жителей городского округа услугами торговли, применение только экономических методов не всегда бывает оправдано и существует необходимость административного вмешательства в этот процесс. Нормативно-правовые акты федерального уровня не в полной мере могут учитывать региональные и локальные особенности, что весьма актуально для Российской Федерации с её огромной территорией и значительными различиями социально-экономического развития.

Следует отметить, что в региональной стратегии задачи носят преимущественно качественный характер. Они направлены на организацию торгового обслуживания на территории Свердловской области на уровне стандартов развитых европейских стран и обеспечение продовольственной безопасности в рамках региона. Кроме того, программа ориентирована на формирование региональной конкурентной среды, обеспечение доступности товаров потребительского назначения для жителей области и развитие торговли в малых и отдалённых населенных пунктах.

Анализ муниципальных стратегий показал, что наиболее полно вопросы функционирования и развития локального потребительского рынка отражены в программном документе города Екатеринбурга. Данная стратегия ориентирована не только на внедрение современных форматов торговли, а также на территориальную доступность предприятий торговли и их соответствие современным требованиям. Обращает на себя внимание указание на важность развития периферийной торговли, что имеет особое значение для столь крупного города, как Екатеринбург. Одной из проблем Екатеринбурга является то, что в выходные дни, а также в преддверии праздников в крупных торговых центрах значительно увеличивается поток покупателей из числа жителей близлежащих населённых пунктов, а также повышается интенсивность движения на транспортных магистралях города. То есть развитие города как макрорегионального торгового центра выявило недостатки и «узкие места» организации транспортной системы и в свою очередь поставило принципиально новые задачи по обеспечению сбалансированности развития всех городских подсистем.

В ходе анализа выявлено, что вопросам определения приоритетов развития локальных потребительских рынков в программных документах г. Нижний Тагил и г. Каменск-Уральский пока еще не уделяется должного внимания. В частности, в Нижнем Тагиле отсутствуют какие-либо стратегические документы, в которых бы нашли своё отражение вопросы организации и функционирования сектора торговли. В стадии разработки находится программа развития потребительского рынка города, где в качестве ключевых задач, заявлены развитие оптимальной инфраструктуры, формирование системы товародвижения, отвечающей современным требованиям, внедрение прогрессивных инновационных направлений, форм и методов торговли, а также новые подходы к решению кадрового вопроса.

С другой стороны, органами власти и местного самоуправления муниципального образования «г. Каменск-Уральский» в «Программе социально-экономического развития муниципального образования город Каменск-Уральский на 2012-2014 годы», в качестве одной из задач затрагивающей локальный потребительский рынок, заявлено повышение уровня торгового обслуживания, но при этом не определены пути и критерии достижения данной цели. Таким образом, задачи развития потребительского рынка носят через чур общий характер. Не сформулированы конкретные направления развития потребительского рынка.

В целом, стратегические задачи всех анализируемых программных документов не противоречат друг другу, но имеют разную глубину проработки. Так, задачи, закреплённые в «Стратегии развития торговли Свердловской области на 2012-2015 годы и на период до 2020 года» и «Стратегическом плане развития Екатеринбурга» ориентированы на формирование сбалансированного потребительского рынка, а также развитие инфраструктуры и современных форматов торговли. Они нацелены в первую очередь на решение качественных проблем ритейла, а именно на внедрение новых форматов и технологий торговли, обеспечение территориальной доступности предприятий розничной торговли для потребителей.

В Каменск-Уральском разработчики делают акцент на повышение уровня торгового обслуживания, но при этом в программе не указаны факторы, за счёт которых данная цель будет достигнута, что не дает полного понимания конечного результата.

Разработчиками программного документа Нижнего Тагила заявлено, что упор будет делаться на кадровые вопросы, инфраструктуру, систему товародвижения, направления, формы и методы торговли.

Рассмотренные стратегические задачи и целевой вектор развития реализуются через программные мероприятия, которые систематизированы в таблице 4.

Все анализируемые программные мероприятия по развитию потребительского рынка направлены на повышение, как уровня территориальной доступности, так и обеспеченности населения торговыми площадями. При этом степень их проработанности в каждом конкретном случае различна.

На региональном уровне программные мероприятия ориентированы не только на количественные, но и качественные изменения структуры потребительского рынка. В частности предусмотрена разработка, как документации, так и нормативно-правовых актов, регулирующих отдельные аспекты деятельности участников потребительского рынка.

Таблица 4

Мероприятия по развитию потребительского рынка
[составлено по 11, 12, 13]

Свердловская область	Екатеринбург	Каменск-Уральский
– осуществление работы с нормативно-правовыми актами; – создание системы информационно-аналитического наблюдения за состоянием рынка – содействие созданию некоммерческих организаций, а также многофункционального центра предоставления государственных и муниципальных услуг – содействие развитию развозной, дистанционной торговли, малых предприятий, сети ярмарок, социально ориентированных предприятий торговли; – развитие системы правовой помощи потребителям, координация действий организаций, занимающихся защитой прав потребителей – разработка муниципальных программ развития торговли и схем размещения нестационарных торговых объектов – проведение мониторинга обеспеченности населения области торговой площадью; – стимулирование поэтапного перехода нестационарных торговых объектов в многопрофильные торговые комплексы, стационарные торговые объекты – формирование механизмов упорядочения торговли на рынках; – содействие привлечению инвестиционных ресурсов в развитие инфраструктуры – анализ показателей состояния торговли – развитие взаимовыгодного сотрудничества между производителями товаров и организациями торговли – проведение и анализ результатов мониторинга розничных цен – внедрение прогрессивных направлений развития отрасли, новейших форм, методов и технологий торговли – мониторинг рынка труда – поддержка учебных заведений, осуществляющих обучение основным торговым специальностям и организация процесса обучения и тренинга персонала.	– формирование торговых узлов с учетом территориального развития и перспективы развития Екатеринбургской агломерации – строительство, реконструкция и модернизация предприятий розничной торговли на основе современных технологий – открытие предприятий торговли, территориально доступных для населения – внедрение новых технологий «магазиностроения», автоматизации управления ассортиментом – создание условий для привлечения покупателей из других городов – приведение в соответствие с современными требованиями существующих розничных предприятий – расширение сбыта потребительских товаров местного производства за счет развития эффективной системы товародвижения – подготовка и переподготовка кадров в сфере розничной торговли совместно с учебными заведениями города	– строительство 3 сельскохозяйственных рынков; – приведение в соответствие требованиям Федерального закона № 271-ФЗ существующих розничных рынков; – сокращение количества объектов мелкорозничной торговой сети; – организация цивилизованной уличной сезонной торговли; – создание объектов для реализации продукции местных товаропроизводителей; – создание на базе существующих и вновь вводимых торговых (торгово-развлекательных) центров полного комплекса услуг (торговли, питания, бытовых услуг, услуг индустрии отдыха и развлечений);

Как видно из приведённого выше перечня, мероприятия регионального программного документа носят комплексный характер и затрагивают вопросы развития торговли в крупных городах и сельской местности, а также её кадрового обеспечения. В качестве приоритетных направлений обозначены развитие торговых центров в крупных городах, увеличение доли дистанционной торговли, проведение ярмарок, реконструкция рынков и преобразование их в современные торгово-сервисные комплексы при условии сохранения сельскохозяйственных рынков.

В частности, обеспечение продовольственной безопасности населения региона позволит снизить степень зависимости региона от внешних поставщиков и обеспечить продуктами питания население области. Достижение соответствия общемировым тенденциям формирования инфраструктуры, а также нивелирование различий по обеспеченности населения региона товарами и услугами вне зависимости от типа муниципального образования и его размера, позволит не только выйти на качественно новый уровень развития регионального потребительского рынка, но и повысить уровень инвестиционной привлекательности области среди других субъектов Российской Федерации.

Кроме того, проведение мониторинга обеспеченности населения Свердловской области площадями торговых объектов с выявлением проблемных зон и реализация мероприятий, направленных на устранение диспропорций в размещении торговых объектов на территории региона, позволит устранить дисбаланс в строительстве новых торговых предприятий, как территориально, так и качественно.

Одним из важнейших мероприятий является разработка муниципальных программ развития торговли, что особенно актуально для Екатеринбурга и других крупных городов субъекта Федерации.

В программном документе г.Екатеринбурга одним из приоритетов развития стало повышение качества профессиональной подготовки кадров в сфере торговли. В будущем это позволит повысить эффективность деятельности предприятий розничной торговли, их конкурентоспособность в рамках Уральского региона, а также уровень предоставляемых услуг. Кроме того, в ходе формирования Екатеринбургской агломерации, запланировано дальнейшее развитие локального потребительского рынка, в частности, реконструкция, модернизация и строительство новых объектов розничной торговли, рост обеспеченности населения качественными торговыми площадями. При этом, особое внимание уделяется территориальной доступности предприятий розничной торговли, как для населения города Екатеринбурга, так и жителей близлежащих населённых пунктов. Реализация данных мероприятий должна не только обеспечить рост товарооборота и благоприятные перспективы развития локального потребительского рынка, но и повысить качество жизни населения уральской столицы и городов, входящих в агломерацию.

Мероприятия по развитию локального потребительского рынка «второго» города области на данный момент находятся в стадии разработки, что не позволяет дать чёткую оценку степени их согласованности с программными документами регионального и локального уровней, в частности, Екатеринбурга и Каменск-Уральского.

В качестве ключевых мероприятий, закреплённых в «Программе социально-экономического развития муниципального образования город Каменск-Уральский на 2012-2014 годы», направленных на развитие локального потребительского рынка муниципалитета выступают: совершенствование уличной сезонной торговли, рост числа сельскохозяйственных рынков, создание условий для реализации продукции местными производителями, укрупнение розничных игроков, а также организация на базе существующих и вводимых в эксплуатацию торговых центров полного спектра услуг потребительского назначения. Данные мероприятия предусматривают преимущественно количественные, а не качественные изменения структуры локального потребительского рынка.

По мнению автора, программные мероприятия «Стратегии развития торговли Свердловской области на 2012-2015 годы и на период до 2020 года» и «Стратегического плана развития города Екатеринбурга до 2020г.» направлены на формирование сбалансированного потребительского рынка. С одной стороны, разработка стратегий развития торговли на региональном и локальном уровнях даст возможность обозначить ключевые параметры для определения состояния торговли. С другой стороны, позволит выявить слабые места, повысить обеспеченность населения торговыми площадями и их территориальную доступность.

В муниципальных программных документах пока не нашли своего отражения вопросы содействия развития инфраструктуры локального потребительского рынка и защиты прав потребителей. Кроме того, ни в одном из исследуемых городов не планируется разработка муниципальной программы развития торговли и не рассматриваются вопросы мониторинга обеспеченности населения торговой площадью, что, по мнению автора, является весьма негативным моментом.

По результатам реализации «Стратегии развития торговли Свердловской области на 2012-2015 годы и на период до 2020 года», «Стратегического плана развития Екатеринбурга», «Программы социально-экономического развития муниципального

Таблица 5

Ожидаемые результаты в развитии потребительского рынка
[составлено по 11, 12, 13, 14]

Свердловская область	Екатеринбург	Нижний Тагил	Каменск-Уральский
– существенный рост оборота, занятости и эффективности, как в самом секторе торговли, так и в сопряженных отраслях, – рост оборота розничной торговли. Участие Свердловской области в формировании розничного рынка Российской Федерации к 2020 году сложится в размере 4,2-5 %; – рост количества торговых площадей современного формата; – усиление консолидации сектора, повышение его прозрачности и вклада в экономику; – развитие сетевой торговли. Участие сетевых компаний в формировании совокупного оборота розничной торговли к 2020 году увеличится до 45%; – рост эффективности отрасли. Доля магазинов, применяющих современные формы обслуживания к 2020 году превысит 37% от общего числа объектов торговли; – реализация агломерационного потенциала города Екатеринбурга и прилегающих городов в качестве центральной торговой зоны Свердловской области, включая создание единого главного интермодального транспортно-логистического центра для работы с международными транзитными, экспортными и импортными грузами.	– увеличение розничного товарооборота к 2020 году в сопоставимых ценах – в 1,8 раза – рост к 2020 году количества сетевых операторов торговли за счет объединения независимых магазинов и прихода федеральных и международных сетей – до 250, или 60% от общего количества предприятий – повышение статуса местных сетевых операторов за счет выхода на региональный, федеральный и международные рынки (30 сетей – 2010 год, 100 сетей – 2020 год) – внедрение современных технологий на всех предприятиях розничной торговли – повышение значимости Екатеринбурга как крупного межрегионального центра оптовой и розничной торговли	– создание достойных условий для развития конкуренции в розничной торговле – обеспечение населения всего города комфортными условиями для приобретения товаров. – город становится «второй торговой столицей» области, составляя достойную конкуренцию Екатеринбургу.	– увеличение оборота розничной торговли в действующих ценах с 18,9 млрд. руб. в 2010г. до 32,9 млрд. руб. в 2014г.; – увеличение обеспеченности населения площадью торговых объектов с 631 м^2 на 1 тыс. жителей в 2010г. до 731 м^2 на 1 тыс. жителей в 2014г.

образования город Каменск-Уральский на 2012-2014 годы», а также программы развития потребительского рынка Нижнего Тагила разработчики программных документов ожидают получить следующие результаты (таблица 5).

В результате реализации «Стратегии развития торговли Свердловской области на 2012-2015 годы и на период до 2020 года» на региональном уровне должны произойти как качественные, так и количественные изменения. В частности, это рост оборота розничной торговли и занятости населения, как в самом секторе торговли, так и в сопряжённых отраслях, к которым относятся сельское хозяйство и лёгкая промышленность. Кроме того, увеличение количества торговых площадей современного формата позволит повысить пропускную способность объектов розничной торговли, предоставит потребителю более широкий выбор товаров, а для производителей товаров народного потребления представится возможность увеличить объемы производства, что приведет к росту продаж и доходности, соответственно.

К качественным показателям развития локального потребительского рынка относятся: усиление консолидации сектора, повышение его прозрачности и вклада в экономику, рост эффективности, как в самом секторе торговли, так и в сопряжённых отраслях; развитие сетевой торговли, а также реализация агломерационного потенциала Екатеринбурга и прилегающих городов в качестве центральной торговой зоны Свердловской области, включая создание единого главного интермодального транспортно-логистического центра для работы с международными транзитными, экспортными и импортными грузами. Все это, по замыслу разработчиков, приведёт к росту доходной части бюджета за счёт налоговых поступлений, развитию конкурентной среды и повышению качества товаров народного потребления, представленных на рынке.

В свою очередь ожидаемые результаты реализации программного документа Екатеринбурга носят также как количественный, так и качественный характер. В число наиболее значимых качественных показателей программного документа вошли: внедрение со-

временных технологий на всех предприятиях ритейла и повышение значения Екатеринбурга, как крупного межрегионального центра оптовой и розничной торговли.

Вместе с тем, разработчиками региональных и муниципальных программ не были учтены такие показатели как «оборот розничной торговли на душу населения», «структура объектов розничной торговли», «обеспеченность населения объектами розничной торговли», и «обеспеченность населения торговой площадью», что не позволяет в полной мере охарактеризовать уровень развития данного сектора экономики.

Локальный потребительский рынок Нижнего Тагила, по мнению разработчиков, должен стать «второй торговой столицей» области и составить конкуренцию Екатеринбургу. При этом планируется создание достойных условий для развития конкуренции в розничной торговле и обеспечение населения всего города комфортными условиями для приобретения товаров. На данный момент, в связи с отсутствием утверждённого программного документа, не представляется возможным в полной мере оценить ожидаемые результаты.

Что касается города Каменск-Уральского, то разработчики ожидают увеличение оборота розничной торговли в действующих ценах с 18,9 млрд. руб. в 2010г. до 32,9 млрд. руб. в 2014г. и обеспеченности населения площадью торговых объектов с 631 м^2 на 1 тыс. жителей в 2010г. до 731 м^2 на 1 тыс. жителей в 2014г. При этом не определён уровень сбалансированности различных типов торговых площадей объектов розничной торговли на локальном потребительском рынке, динамика изменения числа различных типов объектов розничной торговли.

Таким образом, отсутствие программных документов оказывает негативное влияние на тенденции развития потребительского рынка, а именно усиливает дисбаланс и хаотичное развитие различных видов объектов розничной торговли. В частности, отсутствие программного документа по развитию потребительского рынка Нижнего Тагила привело к негативным тенденциям его развития. Для выхода из сложившейся ситуации необходимы не только детальный анализ тенденций развития локального потребительского рынка, но и определение приоритетов его развития на среднесрочную перспективу с учётом вхождения России в ВТО и территориальной приближенности к Екатеринбургской агломерации. В качестве целевого вектора администрация Нижнего Тагила выбрала создание достойных условий для развития конкуренции в розничной торговле, а также формирование имиджа города, как «второй торговой столицы» области, составляя достойную конкуренцию Екатеринбургу, но на данный момент пока нет возможности оценить сам механизм достижения заявленной цели.

По результатам проведённого анализа стратегических программных документов можно сделать следующие выводы.

Во-первых, в стратегии города Екатеринбурга четко обозначено, какие экстенсивные и интенсивные факторы обеспечат развитие сферы торговли. Напротив, в программных документах регионального уровня и города Каменск-Уральский цели развития потребительских рынков сформулированы нечетко, без определения конкретных факторов развития, что является существенным недостатком, который необходимо устранить. В свою очередь целевой вектор развития локального потребительского рынка Нижнего Тагила оценить пока не представляется возможным, что обусловлено отсутствием принятого программного документа.

Во-вторых, недостатком всех исследуемых программных документах является то, что разработчиками не рассматривается структура объектов розничной торговли, не учитываются обеспеченность населения объектами розничной торговли и торговыми площадями, значение показателя «оборот розничной торговли на душу населения» и его изменение. В целях совершенствования стратегических документов необходимо четко определить перечень показателей, которые позволят составить детальную характеристику тенденций развития локального потребительского рынка.

В-третьих, достижение целевых показателей, запланированных в программных документах, представляется достаточно реалистичным, что обусловлено ростом доходов населения, приходом на потребительские рынки крупных городов региональных, федеральных и международных сетевых операторов и, как следствие, усилением конкурентной борьбы между его участниками. Однако серьёзные вопросы возникают в связи с тем, что ни в одном из программных документов не нашел своего отражения факт вступления России во Всемирную торговую организацию (ВТО) и связанных с этим существенных изменений условий и требований по организации торговой деятельности. В связи с этим региональным органам власти и местного самоуправления следует обратить внимание на данный вопрос при разработке новых либо актуализации уже действующих программных документов.

В-четвертых, в условиях усиления агломерационных процессов во всех исследуемых городах целесообразно разработать межмуниципальные программы развития потребительских рынков.

В- пятых, «Стратегия развития торговли Свердловской области на 2012-2015 годы и на период до 2020 года» и «Стратегический план развития Екатеринбур-

га» обладают наибольшим логическим соответствием и согласованностью. В свою очередь, для повышения скоординированности муниципальных программных документов Каменск-Уральского и Нижнего Тагила с региональным, разработчикам следует рассмотреть вопросы развития инфраструктуры локального потребительского рынка, защиты прав потребителей, а также обеспечения предприятий розничной торговли высококвалифицированными кадрами.

Следует отметить, что в целом, разработанные программные документы позволяют определить приоритеты управления развитием потребительского рынка на среднесрочную перспективу. При этом все они должны учитывать уже принятые программные документы, а также изменения в нормативно-правовых актах и структуре экономики, обусловленные вступлением России в ВТО.

Литература:

1. Омарова Н. Ю. Экономическая диагностика предпринимательских структур на потребительском рынке // Успехи современного естествознания. 2007. №11. С. 85-88.

2. Скопина И.В. Развитие региональных потребительских рынков. Киров: Издательство ВятГУ, 2004. 385с.

3. Крамарев А.Н. Совершенствование механизма координации потребительского рынка // Экономика и управление. 2008. №3(35). С. 40-45.

4. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ (с изм. и доп.) [электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

5. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ (с изм. и доп.) [электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

6. «Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов», 2008 г. [электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru (дата обращения 11.11.2012).

7. «Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов», 2009 г. [электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru (дата обращения 11.11.2012).

8. «Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов», 2010 г. [электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru (дата обращения 11.11.2012).

9. «Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов», 2011 г. [электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru (дата обращения 11.11.2012).

10. «Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов», 2012 г. [электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru (дата обращения 23.02.2013).

11. Стратегия развития торговли Свердловской области на 2012-2015 годы и на период до 2020 года [электронный ресурс]. URL: http://mintorg.midural.ru/document/list (дата обращения 17.07.2012)

12. Стратегический план развития Екатеринбурга. Екатеринбург, 2010г. 279с.

13. Программа развития потребительского рынка Нижнего Тагила поможет городу стать «второй торговой столицей» [электронный ресурс]. URL: http://www.ntagil.org (дата обращения 21.07.2012)

14. Программа социально-экономического развития муниципального образования город Каменск-Уральский на 2012-2014 годы. Официальный портал Каменска-Уральского [электронный ресурс]. URL: http://www.kamensk-uralskiy.ru (дата обращения 28.05.2012)

15. Стратегия социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 года (актуализированный вариант) С.48 [электронный ресурс]. URL: http://econom.midural.ru (дата обращения 07.01.2012)

16. Тургель И.Д., Снедкова В.С. Особенности и проблемы развития малого бизнеса в городах с различными типами функциональной специализации // Региональная экономика: теория и практика. 2010. №9(144). С. 47-56.

References:

1. Omarova N.Y. Economic diagnostics of entrepreneurial organizations in the consumer market // Successes of modern natural science. 2007. Vol. 11. pp. 85-88.

2. Skopina I.V. Development of regional consumer markets. Kirov: VyatSU Publishing, 2004. p. 385.

3. Kramarev A.N. Consumer market coordination mechanism improvement // Economics and Management. 2008. Vol. 3 (35). Pp. 40-45.

4. On general principles of the federal regulation of commercial activity in the Russian Federation: Federal Law of 06.10.2003 №131-FS (with amendment and addendum) [e-resource]. Accessed from reference-legal system "Consultant Plus".

5. On the general principles of state regulation of commercial activity in the Russian Federation: Federal Law of 28.12.2009 № 381-FS (with amendments and addendum) [e-resource]. Access from reference-legal system "Consultant Plus".

6. "Regions of Russia. Major socio-economic indicators of cities", 2008 [e-resource]. URL: http://www.gks.ru (accessed on 11.11.2012).

7. "Regions of Russia. Major socio-economic indicators of cities", 2009 [e-resource]. URL: http://www.gks.ru (accessed on 11.11.2012).

8. "Regions of Russia. Major socio-economic indicators of cities", 2010 [e-resource]. URL: http://www.gks.ru (accessed on 11.11.2012).

9. "Regions of Russia. Major socio-economic indicators of cities", 2011 [e-resource]. URL: http://www.gks.ru (accessed on 11.11.2012).

10. "Regions of Russia. Major socio-economic indicators of cities", 2012 [electronic resource]. URL: http://www.gks.ru (accessed on 11.11.2012).

11. Trade development strategy of the Sverdlovsk region in the years 2012-2015 and for the period up to 2020 [e-resource]. URL: http://mintorg.midural.ru/document/list (accessed on 17.07.2012).

12. Strategic development plan for Yekaterinburg. Yekaterinburg, 2010. p. 279.

13. Consumer market development program for Nizhniy Tagil will help the city to become the "second business capital" [e-resource]. URL: http://www.ntagil.org (accessed on 21.07.2012).

14. Socio-economic development program for municipal division of Kamensk-Uralsky for 2012-2014. Official web portal of Kamensk-Uralsky [e-resource]. URL: http://www.kamensk-uralskiy.ru (accessed on 28.05.2012).

15. Socio-economic development strategy for the Sverdlovsk region for the period up to 2020 (updated version), p. 48 [e-resource]. URL: http://econom.midural.ru (accessed on 07.01.2012).

16. Turgel I.D., Snedkova V.S. Features and problems of small businesses development in cities with different types of functional specialization // Regional Economics: Theory and Practice. 2010. Vol. 9 (144). Pp. 47-56.