

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКОГО  
ОКРУГА «ГОРОД БЕЛГОРОД»)**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по направлению подготовки  
38.03.04 Государственное и муниципальное управление  
очной формы обучения, группы 05001302  
Фирсовой Екатерины Сергеевны

Научный руководитель:  
кандидат социологических наук,  
доцент Гайдукова Г.Н.

БЕЛГОРОД 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ	9
РАЗДЕЛ II. АНАЛИЗ ПРАКТИКИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ "ГОРОД БЕЛГОРОД"	27
РАЗДЕЛ III. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ "ГОРОД БЕЛГОРОД"	44
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	61
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	65
ПРИЛОЖЕНИЯ	74

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования.** Потребительский рынок выступает областью непосредственного экономического воздействия на граждан и фактором политической стабильности в обществе в целом. В связи с этим возникающие экономические и политические сложности заметнее всего отражаются именно на состоянии потребительского рынка. Сбалансированность потребительского рынка по ценам, товаропотокам, количеству и качеству товаров выступает как необходимая составляющая эффективно работающей экономики, так и первооснова оценки качества жизни населения муниципального образования. Состояние и развитие потребительского рынка во многих муниципалитетах не достаточно изучено, а потому и довольно сложно поддается регулированию.

Присутствие в нашем государстве региональных различий напрямую влияет на форму проявления законов рыночной экономики на уровне муниципальных образований. Исходя из этого, возникает острая необходимость изучения рыночных отношений во всех плоскостях. Помимо этого, отличительные характеристики товаров и услуг, которые реализуются на потребительском рынке, определяют степень его локализации и неразрывную связь с определенной территорией и ее населением.

Потребительский рынок, выступая в качестве объекта исследования экономических наук, представляет собой многоуровневую подсистему экономики, которая зачастую дифференцируется по определенным признакам на составляющие элементы. Его отличительной особенностью является то, что он выступает в качестве открытой системы, регулирующей как на внутреннюю, так и внешнюю экономическую, социальную и политическую ситуацию, т.е. зависит от разнообразных факторов, к числу которых можно отнести межрегиональные товаропотоки, миграцию рабочей силы, движение денег и капиталов.

Потребительский рынок, выступая в качестве сложной системы институтов, характеризуется большим числом взаимосвязей. Каждый его элемент преследует свои собственные интересы. К примеру: производители стараются вернуть затраченные средства и получить прибыль, а потребители, в свою очередь, удовлетворить личные потребности. Разрешение возникающих противоречий осуществляется посредством регулирования экономики органами местного самоуправления.

Базовые элементы потребительского рынка, выступая в качестве составной части муниципального хозяйства, призваны удовлетворять потребности населения в услугах торговли, общественного питания и бытового обслуживания. Колоссальный объем ресурсов, которые обращаются в сфере потребительского рынка, выставляет его довольно уязвимым звеном в системе хозяйствования, что диктует органам муниципальной власти постоянно проводить мониторинг его состояния и своевременно принимать меры, тем самым поддерживая и развивая данную сферу в соответствии с нуждами населения.

В этой связи становится очевидной необходимость проведения научных исследований с целью определения возможностей и направлений регулирования потребительского рынка на муниципальном уровне.

**Анализ степени изученности выбранной темы.** В экономической теории имеется несколько точек зрения по поводу регулирования потребительского рынка. Для А. Смита<sup>1</sup> экономическая свобода является не только условием процветания, но и необходимым атрибутом общественного порядка. Противники Смита и их последователи напротив, утверждают, что без вмешательства государства рынки монополизуются.

Теоретическое обоснование необходимости государственного регулирования потребительского рынка встречается в работах многих

---

<sup>1</sup> Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 2007.

ученых, к числу которых можно отнести П.П. Гончарова, А.Ю. Латышева, Н.Ю. Омарова, Н.Ю. Шабанова<sup>1</sup>.

В России весомый вклад в изучение вопросов методологии регулирования потребительского рынка внесли такие ученые, как Г.А. Агарков, Ю.О. Бокланова, Т.Б. Борискина, В.А. Данилова, Н.А. Найденков, Н.П. Пасешник, О.С. Пескова, Н.О. Скопина и А.Н. Чаплина<sup>2</sup>.

Интерес к изучению потребительского рынка значительно возрос с переходом стран бывшего СССР к открытой рыночной экономической системе. Изучению проблемы функционирования потребительского рынка в регионах и роли и мета государственного регулирования рынка в условиях перехода Российской Федерации к новой экономической системе посвящены работы И.С. Березин, И.Б. Богер, О.А. Василенко, Ю.В. Дорохова, А.И. Ерчак, И.В. Кудряков, Д.Л. Кондратович, А.В. Лавренов А.А. Полиди<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Гончаров П.П. Современные проблемы регионального потребительского рынка // Наука. Общество. Государство. 2015. № 10; Латышев А.Ю. Противоречия развития современных монополий // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 4; Омаров Н.Ю. Экономическая диагностика предпринимательских структур на потребительском рынке // Успехи современного естествознания. 2015. № 8; Шабанов Н.Ю. Потребительский рынок товаров и услуг и основные тенденции его развития // Актуальные проблемы экономики и права. 2016. № 7.

<sup>2</sup> Агарков Г.А., Найденков Н.А. Угрозы потребительскому рынку региона // Экономика региона. 2015. № 7; Бокланова Ю.О. Методология и методы управления потребительским рынком для городского населения // Проблемы прогнозирования. 2015. № 5; Борискина Т.Б., Пескова О.С. Модель управления потребительским поведением на социально-значимом рынке // Российской предпринимательство. 2015. № 7; Данилова В.А. Проблемно-целевой метод управления потребительским рынком // Сервис plus. 2016. № 1; Пасешник Н.П. Концептуальные подходы к управлению потребительским рынком в территориальной системе РФ // Управление в современных системах. 2015. № 10; Скопина Н.О. Трансформация предпринимательской активности на региональных потребительских рынках // Финансы и кредит. 2015. № 8; Чаплина А.Н. Стратегическое управление потребительским рынком в городе // Проблемы современной экономики. 2016. № 8.

<sup>3</sup> Березин И.С. Крупнейшие потребительские рынки России: объем, динамика, перспективы // Банковское дело. 2015. № 7; Богер И.Б. Формирование ресурсного потенциала торговли как основы развития потребительских рынков в проблемных регионах // Российское предпринимательство. 2015. № 10; Василенко О.А., Кудряков И.В. Совершенствование механизма управления потребительским рынком в муниципальном образовании // Вопросы экономических наук. 2014. № 3; Дорохова Ю.В. Особенности регулирования поведения на потребительских рынках в регионах России // Практический

Несмотря на то, что потребительский рынок как экономическая категория исследовался в трудах многих отечественных и зарубежных авторов, в современной науке пока не сложился единый методологический подход к государственному регулированию потребительского рынка на региональном уровне.

Представление об актуальности и степени изученности темы дают возможность определить проблему выпускной квалификационной работы, а также ее объект, предмет, цель и задачи.

**Проблема исследования** заключается в наличии противоречия между необходимостью развития потребительского рынка в муниципальном образовании и недостаточной разработанностью механизмов его регулирования в городском округе «Город Белгород».

**Объектом** данного исследования выступает управление потребительским рынком на муниципальном уровне.

**Предметом** выпускной квалификационной работы являются формы и методы регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород».

**Целью исследования** является разработка практических рекомендаций, направленных на совершенствование государственного регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород».

Реализация данной цели возможна посредством решения следующих **задач**:

1. Изучить теоретические основы исследования регулирования потребительского рынка на муниципальном уровне.

---

маркетинг. 2016. № 9; Ерчак А.И. Системный подход к оценке эффективности управления потребительским рынком // Финансы и кредит. 2015. № 1; Кондратович Д.Л. Развитие локальных потребительских рынков на основе диагностики поведения населения // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 7; Лавренов А.В., Полиди А.А. Формирование целей и задач государственного регулирования потребительского рынка региона // Вопросы экономики и права. 2016. № 6.

2. Провести анализ практики регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород».

3. Разработать методические рекомендации по совершенствованию регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород».

**Теоретико-методологической базой исследования** являются основные положения системного подхода к анализу регулирования муниципального потребительского рынка, которые были рассмотрены в научных трудах многих известных ученых. С помощью указанного подхода удалось детально изучить потребительский рынок городского округа «Город Белгород».

В процессе выполнения работы были использованы следующие общенаучные **методы**: системный анализ, сравнительный подход, проектный метод, методы логического и структурно-функционального анализа, экономического анализа и синтеза, анализ документов.

**Эмпирической базой** выпускной квалификационной работы послужили:

1) нормативные правовые акты федерального, регионального и местного уровня, касающиеся регулирования потребительского рынка<sup>1</sup>;

---

<sup>1</sup> О защите прав потребителей: закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 3.07.2016) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/) (дата обращения: 29.10.2016); О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации: федер. закон от 30 декабря 2016 г. № 271-ФЗ (ред. от 09.01.2015) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64936/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64936/) (дата обращения: 29.10.2016); Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 28 декабря 2012 г. № 381-ФЗ (ред. от 3 июля 2016) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_95629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/) (дата обращения: 29.10.2016); «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в части установления ответственности за нарушение правил организации деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на розничных рынках»: федер. закон от 19 июля 2007 г. № 141-ФЗ // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство».

2) данные государственных статистических организаций, таких как Федеральная служба государственной статистики, Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области, Управления потребительского рынка Администрации города Белгород<sup>1</sup>.

**Практическая значимость выпускной квалификационной работы** заключается в возможности использования результатов и данных в деятельности как региональных, так и местных органов власти с целью повышения эффективности регулирования потребительского рынка.

**Структура выпускной квалификационной работы.** Данная работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка источников и литературы и приложений.

---

URL: [www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_69861/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_69861/) (дата обращения: 29.10.2016); Об утверждении Правил выдачи разрешений на право организации розничного рынка: Постановление Правительства Российской Федерации от 10 марта 2007 г. № 148 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_66718/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_66718/) (дата обращения: 29.10.2016); О стратегии развития региональной системы защиты прав потребителей в Белгородской области на 2011-2020 годы»: Постановление правительства Белгородской области от 11 января 2011 г. № 2-пп // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW404;n=20974#0> (дата обращения: 29.10.2016).

<sup>1</sup> Сайт органов местного самоуправления города Белгорода – Управление потребительского рынка. URL: <http://www.beladm.ru/publications/publication/upravlenie-potrebitelskogo-rynka/> (дата обращения: 20.12.2016).

## **РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ**

Одной из основных составляющих муниципального управления выступает регулирование и управление потребительским рынком. От его состояния, уровня цен, ассортимента предлагаемых товаров и услуг напрямую зависит качество жизни населения муниципального образования.

Потребительский рынок, выступая в качестве основного элемента городского хозяйства, удовлетворяет потребности населения муниципального образования в услугах торговли, общественного питания и бытовом обслуживании. В большинстве своем потребительский рынок представлен частными предприятиями и организациями. Наряду с этим, колоссальное количество ресурсов, обращающихся в сфере потребительского рынка, ставит его под угрозу и выставляет потенциальным источником напряжения, что диктует органам местного самоуправления проводить непрерывный мониторинг его состояния и своевременно принимать меры, тем самым поддерживая и развивая данную сферу исходя из нужд населения муниципального образования. Федеральным законом 2003 года «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»<sup>1</sup> к компетенции поселений и городских округов было отнесено создание условий для обеспечения жителей услугами общественного питания, торговли, а так же бытового обслуживания.

Как и все виды рынков, потребительский рынок подчиняется закону спроса и предложения. Однако опыт регулирования экономических отношений указывает на то, что не во всех случаях установление равновесия между спросом и предложением символизирует полноценное

---

<sup>1</sup> Отабеков Ш.Х. Ценовой механизм регулирования развития потребительского рынка // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2015. № 2. С. 36-39.

удовлетворение потребностей населения и наличие условий для позитивного, бескризисного развития экономики<sup>1</sup>.

В ходе управления потребительским рынком, органы власти выступают в качестве институтов, регулирующих рыночные отношения, а так же в роли субъектов рынка покупателей и рынка продавцов<sup>2</sup>.

Потребительский рынок представляет собой совокупность частных лиц и домохозяйств, которые приобретают товарную продукцию и услуги для личного некоммерческого использования<sup>3</sup>. Как правило, он характеризуется высокой конкуренцией, обилием и разнообразием товара, а так же децентрализованной структурой. Он включает в себя большое количество субъектов, на поведение которых существенное влияние оказывают социокультурные, личные и психологические факторы.

Потребительский рынок выступает сферой непосредственного экономического воздействия на человека и фактором социальной стабильности общества, поскольку сбалансированность его по ценам, товаропотокам, количеству и качеству товаров и услуг и иным элементам выступает основным элементом оценки качества жизни населения.

Существует множество факторов, оказывающих негативное влияние на состояние потребительского рынка. К их числу следует отнести:

- низкую покупательную способность многих категорий граждан;
- низкую конкурентоспособность многих отечественных товаров по сравнению с их зарубежными аналогами;
- низкая управляемость процессов реализации товаров и услуг на потребительском рынке;

---

<sup>1</sup> Мазанько Е.И. Государственное регулирование потребительского рынка: анализ товародвижения // Российское предпринимательство. 2016. № 3. С. 29-32.

<sup>2</sup> Пантелеев В.Ю. О правовом регулировании сферы потребительского рынка // Социально-экономические явления и процессы. 2014. № 11. С. 40-43.

<sup>3</sup> Иосипенко Д.В. Регулирование потребительского рынка в составе хозяйственного комплекса региона // Экономический журнал. 2016. № 9. С. 88-89.

– недостаточное количество финансовых ресурсов у предприятий потребительского рынка, необходимых для развития, модернизации и их технического совершенствования<sup>1</sup>.

Учитывая удельный вес и роль в обеспечении жизнедеятельности населения, потребительский рынок занимает ведущее место в системе всех существующих рынков<sup>2</sup>.

Основной характеристикой потребительского рынка выступает доля в его составе групп продовольственных и непродовольственных товаров, каждая из этих которых подразделяется на обособленные товарные группы<sup>3</sup>. К примеру, в группе продовольственных товаров принято выделять хлеб и хлебобулочные изделия, мясо и мясные продукты, кондитерские изделия и т.д. В свою очередь, детальная структура каждой из групп представляет собой ассортимент товаров (например, хлеб украинский, хлеб минский и т.д.).

Рынок продовольственных товаров обладает рядом особенностей, к числу которых можно отнести:

- широкую взаимозаменяемость товаров по функциональному назначению, которая обуславливает отсутствие отложенного спроса;
- сезонность производства многих продовольственных товаров, что зачастую приводит к значительным сезонным колебаниям реализованного спроса;
- обширные связи между торговлей и производством;
- совпадение сроков производства товаров с их потреблением;
- ограниченность срока хранения многих продуктов питания<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Нерсисян Т.Я. Организационно-правовой аспект регулирования потребительского рынка // Проблемы современной экономики. 2015. № 8. С. 66-68.

<sup>2</sup> Кочубей С.Ф. Регулирование потребительского рынка региона // Вестник Чувашского университета. 2016. № 1. С. 23-25.

<sup>3</sup> Недосекин К.Ю. Совершенствование регулирования потребительского рынка в РФ // Проблемы современной экономики. 2016. № 10. С. 13-15.

<sup>4</sup> Нерушай С.И. Формирование механизма регулирования регионального потребительского рынка // Омский научный вестник. 2015. № 10. С. 77-79.

В отличие от рынка продовольственных товаров, рынку непродовольственных товаров присущ более широкий ассортимент, высокая степень обновления, существенное колебание спроса под воздействием моды, отсутствие естественных ограничений объема потребления, четкое разграничение товаров по функциональному назначению, а так же высокие требования населения к ассортименту и качеству потребляемой продукции.

Характерными чертами рынка товаров культурно-бытового назначения выступают:

- длительные сроки потребления;
- отложенный спрос населения на отдельные изделия;
- ярко выраженное влияние научно-технического прогресса и жилищных условий населения;
- общественный характер использования многих товаров;
- организация дополнительных услуг по эксплуатации многих изделий, а так же торговля запасными частями<sup>1</sup>.

Данные характеристики определяют своеобразие методов прогнозирования спроса и формирования структуры товарооборота. Так, к примеру, невозможно рассчитать перспективы развития спроса, не владея информацией о наличии товаров длительного пользования у населения.

В переходный период российской экономики потребительский рынок приобретает различные формы, появляются совершенно новые каналы реализации товаров и услуг населению<sup>2</sup>.

Основным составляющим элементом рынка всегда выступает спрос. Спрос является платежеспособной потребностью, предъявляемой покупателями на рынке с целью реализации собственных интересов<sup>3</sup>. Спрос

---

<sup>1</sup> Ильин С.Н. Регулирование и защиты потребительского рынка // Вестник Академии. 2015. № 13. С. 45-48.

<sup>2</sup> Данилова В.А. Социально-экономическое регулирование рынка потребительских товаров и услуг // Terra Economicus. 2016. № 10. С. 55-58.

<sup>3</sup> Ким Е.В. Административно-правовые аспекты регулирования отношений в сфере регулирования отношений на потребительском рынке // Агропродовольственная политика России. 2015. № 9. С. 79-80.

имеет конкретную направленность, а так же количественную и качественную определенность. Наряду с эти, спрос подвижен и изменчив, а в определенных условиях имеет способность переключаться с одних товаров на другие.

Потенциально возможный объем спроса на конкретный или на все имеющиеся виды товаров в экономической литературе принято называть действительным спросом. Он измеряется объемом денежных средств, которые могут потратить покупатели на приобретение товара при определенном уровне цен. Следует отметить, что не все финансовые средства, которые предназначены для покупки товаров, обращаются на рынке. В этой связи спрос, выступая в качестве платежеспособной потребности, имеет способность принимать различные формы.

В отечественной и зарубежной экономической литературе выделяют реализованный, неудовлетворенный, формирующийся и ажиотажный спрос<sup>1</sup>.

Реализованный спрос представляет собой спрос, который завершается покупкой товара. Он является основной частью действительного спроса и измеряется объемом реализованных на рынке товаров, а так же суммой денежных средств, которые могут быть израсходованы на их приобретение. Основной характеристикой реализованного спроса выступает товарооборот розничной торговли, который показывает, какие потребности в товарах и в каком объеме удовлетворены за определенный отрезок времени. Наряду с этим, часть потребностей может не реализоваться в форме спроса, а удовлетворяется лишь за счет общественных фондов потребления и поступлений от подсобного хозяйства для личного потребления. Поэтому понятие спроса более узко, чем понятие «потребность».

Неудовлетворенный спрос выступает частью фактически предъявляемого населением спроса, которая в связи с низким качеством товаров, высокой ценой или же их отсутствием в определенный момент времени не была реализована.

---

<sup>1</sup> Азизова О.А. Государственное регулирование потребительского рынка на мезоуровне // Актуальные инновационные исследования: наука и практика. 2014. № 3. С. 69-73.

Своевременная и точная оценка неудовлетворенного спроса необходима для правильного расчета объема и структуры спроса на товары. Основой для его определения выступают материалы специальных обследований.

Формирующийся спрос является совокупностью новых требований, которые предъявляются покупателями к потребительским свойствам, качеству и внешнему оформлению товаров, способных повлечь за собой необходимость модернизации торгового ассортимента<sup>1</sup>. Объем формирующегося спроса можно измерить посредством специальных обследований и опросов покупателей.

Ажиотажный спрос характерен для тех дефицитных групп товаров.

Следующим неотъемлемым элементом рынка выступает предложение.

Под товарным предложением принято понимать количество и качество товара, которое находится или имеет возможность находиться на рынке. Представляя на рынок определенное количество товара, производители зачастую стремятся реализовать продукт, возместив затраты на его производство или приобретение и получив при этом максимальный доход<sup>2</sup>.

Объем и состав товарного предложения находятся в непосредственной зависимости от производства. Следует отметить, что предложение и произведенная продукция в определенный момент времени могут не совпадать как по объему, так и по составу, что может быть обусловлено различного рода причинами. К примеру, форму товарного предложения может не принимать часть произведенной сельскохозяйственной продукции, которая идет на нужды личного потребления товаропроизводителей и образование семенных и иных фондов.

---

<sup>1</sup> Терещенко Н.Н. Финансово-экономическое регулирование потребительского рынка в современных условиях // Российский юридический журнал. 2015. № 7. С. 77-79.

<sup>2</sup> Беляев В.И. Проблемы формирования правового института регулирования потребительского рынка на уровне муниципальных образований // Журнал правовых и экономических исследований. 2015. № 7. С. 49-52.

Исходя из этого, можно сказать, что предложение следует рассматривать как результат производственной деятельности в виде товарной массы, которая предназначена для продажи на рынке. Основными компонентами совокупного предложения выступает текущее производство, запас товаров и импорт<sup>1</sup>.

Основными сферами потребительского рынка муниципального образования являются три составляющие:

- торговля;
- общественное питание;
- бытовое обслуживание населения<sup>2</sup>.

В каждой области потребительского рынка муниципальное регулирование обладает своим арсеналом средств и методов.

Социально-экономическими предпосылками развития сети торговли выступает ориентация на рыночные отношения и прогнозируемый рост благосостояния населения, следствием которого является повышение платежеспособного спроса.

Необходимой составляющей оценки качества жизни населения муниципального образования выступает сбалансированность по ценам, товаропотокам, количеству и качеству товаров и услуг.

В связи с тем, что потребительский рынок явление сложное и многогранное, он нуждается в соответствующем регулировании.

Регулирование потребительского рынка необходимо рассматривать как систему мер по управлению структурой экономики страны, регионов, муниципальных образований<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Пантелеев В.Ю. О правовом регулировании потребительского рынка // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2016. № 15. С. 88-91.

<sup>2</sup> Артемьева Л.В. Региональный потребительский рынок: приоритеты развития и государственного регулирования // Социально-экономические явления и процессы. 2015. № 8. С. 77-79.

<sup>3</sup> Ивашинников П.Ю. Особенности и основные направления регулирования потребительского рынка в городах // Современные проблемы экономики. 2016. № 3. С. 77-79.

Главной целью регулирования потребительского рынка выступает оптимизация потребностей, интересов и целей всех его участников, которые объединяются для необходимого достижения общественно значимых и приемлемых целей<sup>1</sup>.

Необходимо отметить, что в области потребительского рынка складываются различные виды правоотношений: гражданские, налоговые, информационные и административно-правовые, которые составляют большинство. Данные отношения складываются в ходе осуществления контрольно-надзорной деятельности в сфере потребительского рынка, лицензирования отдельных видов деятельности, регистрации субъектов хозяйственной деятельности, а также в ходе привлечения граждан и юридических лиц к административной ответственности за совершение административных правонарушений. Субъектами, которые осуществляют регулирование тех или иных правоотношений в сфере потребительского рынка, выступают различные органы исполнительной власти<sup>2</sup>. Необходимо отметить, что у каждый субъект управления в сфере потребительского рынка наделен своей компетенцией. Как отмечает Е. В. Ким, «решение задач по регулированию отношений в сфере потребительского рынка осуществляется посредством административно-правовой организации и в первую очередь осуществляется через установление системы органов, определение их функций, компетенции, полномочий, должного взаимодействия с другими организующими субъектами, что является специфической формой воздействия административно-правовой организации регулирования потребительского рынка»<sup>3</sup>.

Основной задачей органов местного самоуправления в сфере бытового обслуживания населения выступает содействие созданию в каждом

---

<sup>1</sup> Камалова Т.А. Проблемы регулирования качества и безопасности товаров на потребительском рынке // Вопросы структуризации экономики. 2016. № 9. С. 55-57.

<sup>2</sup> Осипов О.К. Программно-целевой подход к регулированию потребительского рынка // Современные исследования социальных проблем. 2016. № 9. С. 13-16.

<sup>3</sup> Долгополова О.Н. Регулирование и контроль потребительского рынка муниципального образования // Проблемы современной экономики. 2016. № 13. С. 56-58.

поселении (в отдельных случаях – в муниципальном районе) полного набора предприятий по социально значимым услугам повседневного спроса на нормативном уровне: ремонт одежды, обуви, мебели, бытовой техники; ремонт и изготовление металлоизделий, приемные пункты химчистки и прачечных, парикмахерские; услуги бань, саун, оздоровительных центров, фотографии<sup>1</sup>.

Исследуя нормативно-правовую базу, регламентирующую управление сферой потребительского рынка, нельзя обойтись без Конституции Российской Федерации.

Конституция имеет высшую юридическую силу, прямое действие и применяется на всей территории России; законы же, в том числе федеральные, как и иные правовые акты, принимаемые в стране, не должны противоречить Конституции (ч. 1 ст. 15 Конституция РФ).

Часть 1 ст. 8 Конституции РФ устанавливает и гарантирует единство экономического пространства России. Это понятие охватывает единство рынка, т.е. свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержку конкуренции, свободу экономической деятельности на территории всей страны, а также свободное перемещение рабочей силы (т.е. единство рынка труда, ибо труд в значительной мере все же остается товаром, хотя его правовое регулирование, условия и т.д. носят не только экономический характер, но имеют и огромное социальное значение).

Конституционные обязанности государства, его органов и их должностных лиц охватывают создание и поддержание такого единства экономического пространства, которое соответствует всем его свойствам, вытекающим не только из ст. 8 Конституции РФ, но также из других положений Основного закона. Так, хотя установление правовых основ единого рынка в России упомянуто только в ст. 71 как одна из проблем,

---

<sup>1</sup> Черемисина Т.Н. Экономическая диагностика как инструмент регулирования регионального потребительского рынка // Социально-экономические явления и процессы. 2015. № 10. С. 79-82.

относящихся к исключительному ведению Российской Федерации, все конституционные положения об экономике описывают именно единую рыночную экономику с ее свободой экономической деятельности в рамках всей страны — как для граждан, согласно ч. 1 ст. 34, так и для всех других равноправных с ними собственников (Федерации, ее субъектов, муниципалитетов, предприятий и др.).

Но данная свобода не является абсолютной. Конституция демократического, правового и социального государства, признавая, соблюдая и защищая эту свободу, одновременно не может допустить злоупотребления ею с чьей бы то ни было стороны. Поэтому Конституция РФ не только прямо предписывает свободу экономической деятельности в рамках единого экономического пространства страны, не только устанавливает основы разграничения предметов ведения и полномочий между Федерацией, ее субъектами и органами местного самоуправления в экономической области (ч. 3 ст. 11, ст. 12, 71-73, 130-133), а отчасти и компетенцию некоторых органов государственной власти в сфере экономики (п. «а» – «г», «е» ч. 1 ст. 144, ст. 127), но и определяет ряд ограничений свободы всех субъектов экономической деятельности (ч. 2 ст. 34).

К числу прочих нормативно-правовых актов, регламентирующих процесс регулирования потребительского рынка в муниципальном образовании, можно отнести:

- Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ, который устанавливает полномочия органов местного самоуправления в области регулирования потребительского рынка;

- Закон Российской Федерации от 7 февраля 1997 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей». В соответствии с преамбулой данного законодательного акта, он регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), 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) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), на просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав. Закон РФ «О защите прав потребителей» представляет собой пример, когда охрана и защита гражданско-правовых отношений, реализуемых в сфере торговли, услуг, т.е. потребительских отношений, осуществляется нормами административного права в качестве контрольных и юрисдикционных полномочий некоторых федеральных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления и общественных объединений потребителей.

- Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» № 381-ФЗ;
- Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля и муниципального контроля» от 26 декабря 2008г. № 294-ФЗ,
- Правила бытового обслуживания населения в РФ<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: федер. закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ (ред. от 2016 г.) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_44571/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/) (дата обращения: 20.12.2016); О защите прав потребителей: закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 03.07.2016) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/) (дата обращения: 20.12.2016); Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 28 декабря 2012 г. № 381-ФЗ (ред. от 3 июля 2016) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_95629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/) (дата обращения: 20.12.2016); О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля и муниципального контроля: федер. закон от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_83079/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83079/) (дата обращения: 20.12.2016);

Основными задачами регулирования потребительского рынка со стороны органов местного самоуправления выступают:

- обеспечение наполнения муниципального рынка товарами и удовлетворение спроса населения на товары и услуги;
- обеспечение доступности товаров и услуг для всех категорий граждан;
- контроль и мониторинг качества товаров и услуг; уровня цен и тарифов;
- защита интересов малообеспеченных групп населения;
- создание условий для существования добросовестной конкуренции и недопущение монополизации рынка;
- создание условий для расширения объема рынка местной сельскохозяйственной продукции;
- содействие развитию малого и среднего предпринимательства в муниципальном образовании;
- совершенствование системы защиты прав потребителей<sup>1</sup>.

Решение перечисленных задач возможно посредством использования административных, правовых и экономических мер регулирования потребительского рынка<sup>2</sup>.

Решение задач по управлению потребительским рынком обеспечивает создание условий для гармоничного развития индивидуальных, коллективных и иных общественных потребностей в товарах и услугах.

Механизм государственного регулирования потребительского рынка базируется на определенных принципах, от соблюдения которых напрямую

---

<sup>1</sup> Пугачева С.Н. Государственное регулирование питания в системе потребительского рынка национальной экономики // Фундаментальные исследования. 2016. № 6. С. 39-42.

<sup>2</sup> Скуфьина Т.П. Оценка регулирования развития институциональной среды регионального потребительского рынка // Сибирский торгово-экономический журнал. 2015. № 4. С. 46-49.

зависит достижение обозначенных целей<sup>1</sup>. Эти принципы должны учитывать особенности текущего периода социально-экономического развития: состояние экономики, роль государственных институтов управления рынком, шкалу общественных приоритетов, уровень развития материальных и духовных потребностей населения и т.д. Вместе с тем они должны включать и универсальные правила управленческой деятельности, независимо от текущих особенностей.

В связи с тем, что потребительский рынок зачастую сосредоточен в руках частного сектора, муниципальная власть не может устанавливать ни объемы поставок, ни привязку потребителей к поставщикам, ни цены на важнейшие группы товаров<sup>2</sup>. Однако органы местного самоуправления могут использовать формы и методы косвенного финансово-экономического регулирования, а также способы административного воздействия на основе муниципальных нормативно-правовых актов. К их числу можно отнести:

- установление налоговых льгот и льготные кредиты;
- выделение земельных участков для размещения объектов, сдача помещений в аренду;
- выдача гарантий по займам;
- выдача муниципального заказа;
- установление обязательного минимального ассортимента социально-значимых товаров;
- снижение для жизненно важных предприятий тарифов на коммунальные услуги;
- изменение ставок арендной платы;
- административный контроль за соблюдением прав потребителей, правил торговли, санитарии, окружающей среды, установление правил

---

<sup>1</sup> Мамедов Э.Я. Государственное регулирование потребительского рынка в условиях формирования рыночной экономики // Фундаментальные исследования. 2015. № 8. С. 46-48.

<sup>2</sup> Нерушай С.И. Формирование механизма регулирования муниципального потребительского рынка // Мир науки, культуры, образования. 2014. № 8. С. 33-36.

торговли на территории муниципального образования, взаимодействие с государственными органами санитарно-эпидемиологического надзора, торговой и ветеринарной инспекций, создание муниципальных структур по защите прав потребителей и содействие деятельности соответствующих общественных организаций<sup>1</sup>.

Вместе с этим органы местного самоуправления воздействуют на частные и акционерные предприятия посредством предоставления им информации, аналитических и маркетинговых данных о развитии потребительского рынка, разработки рекомендаций, а так же прогнозов развития и балансов рынка.

Органы местного самоуправления в ходе регулирования потребительского рынка имеют возможность:

- применяя юридические и экономические методы, не допускать, изменения профиля социально значимых приватизированных предприятий потребительского рынка;
- своевременно корректировать льготы и преимущества, которые предоставляются трудовым коллективам в ходе приватизации, с целью обеспечения эффективного развитие предприятия;
- постоянно контролировать деятельность приватизированных предприятий, соблюдение ими условий договоров купли-продажи муниципальной собственности<sup>2</sup>.

Органы местного самоуправления могут оказывать влияние на потребительский рынок муниципального образования посредством административных и контрольных механизмов, к числу которых можно отнести:

---

<sup>1</sup> Воропаев А.В. Государственное регулирование потребительского рынка // Вестник Санкт-Петербургской академии МВД. 2016. № 3. С. 91-93.

<sup>2</sup> Мусиенко Е.В. Развитие и государственное регулирование предприятий торговли на потребительском рынке // Социально-экономические явления и процессы. 2015. № 8. С. 77-79.

- установление правил и нормативов ведения торговли на территории муниципального образования;
- выдача лицензий на торговлю отдельными видами продукции;
- взаимодействие с государственными органами, к примеру с санэпиднадзором, торговой и ветеринарной инспекцией;
- создание местных структур по защите прав потребителей и содействие осуществлению деятельности общественных организаций и объединений, защищающих и отстаивающих нарушенные права потребителей<sup>1</sup>.

Одним из механизмов управления муниципальным потребительским рынком выступает отказ от приватизации и сохранение в муниципальной собственности используемых ими нежилых помещений, который применяется чаще всего для социально значимых предприятий, которые обеспечивают решение вопросов местного значения.

Основной задачей регулирования деятельности организаций потребительского рынка с муниципальным участием является использование принадлежащих муниципалитету паев и акций с максимальной выгодой.

Большую роль в ходе регулирования муниципального потребительского рынка должны играть объединения граждан – союзы потребителей, товаропроизводителей и предпринимателей, общества защиты прав потребителей. Органам власти муниципальных образований необходимо активно взаимодействовать с такими объединениями, оказывать необходимую помощь в их работе, а так же использовать формы общественного контроля над муниципальным потребительским рынком. В соответствии с Федеральным законом «О защите прав потребителей»<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Некрасов М.В. Регулирование развития муниципального потребительского рынка на основе формирования единой информационной системы // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2015. № 8. С. 22-25.

<sup>2</sup> О защите прав потребителей: закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 3.07.2016) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство».

органы местного самоуправления в целях защиты прав потребителей на территории муниципального образования имеют право:

- рассматривать жалобы потребителей, проводить консультации по возникающим вопросам защиты их прав;
- обращаться в суды различных инстанций с целью защиты нарушенных прав потребителей;
- при выявлении по жалобе потребителей товаров (услуг) ненадлежащего качества, а также опасных для жизни, здоровья, имущества потребителей извещать об этом федеральные органы исполнительной власти, которые осуществляют контроль и надзор качества и безопасности товаров и услуг.

Таким образом, органы местного самоуправления, взаимодействуя с общественностью, приобретают существенные рычаги влияния на потребительский рынок, которыми должны пользоваться для защиты интересов населения муниципального образования<sup>1</sup>.

Для сокращения затрат муниципальные закупки, осуществляемые на потребительском рынке, органы местного самоуправления могут создавать специализированные структуры, которые проводят мониторинг потребительского рынка и заключают соглашения на поставку товаров продовольствия и другой продукции для удовлетворения муниципальных нужд.

Одним из действенных регуляторов цен на муниципальном потребительском рынке выступают налоговые льготы, с помощью которых появляется возможность привлечения на муниципальные рынки крупных продавцов из других регионов и сопредельных государств или, наоборот, сдерживать завоз некоторых товаров. К числу экономических регуляторов цен можно так же отнести ставки арендной платы за торговые и складские помещения.

---

<sup>1</sup> Головкова О.В. Потребительский рынок, его регулирование в условиях социально-экономических преобразований // Российское предпринимательство. 2016. № 5. С. 16-19.

В составе администрации муниципального образования обычно создается структурное подразделение по регулированию потребительского рынка, в состав которого могут входить специалисты по защите прав потребителей. В некоторых городах введена должность заместителя главы администрации по потребительскому рынку<sup>1</sup>.

Таким образом, рассмотрев теоретические аспекты регулирования потребительского рынка на муниципальном уровне, можно сделать следующие выводы:

1. Потребительский рынок представляет собой совокупность частных лиц и домохозяйств, приобретающих товарную продукцию и услуги для личного некоммерческого использования. Потребительский рынок характеризуется, прежде всего, долей в его составе продовольственных и непродовольственных товаров. В свою очередь каждая из этих составляющих товарооборота подразделяется на отдельные товарные группы.

2. Основными задачами регулирования потребительского рынка на муниципальном уровне являются следующие: обеспечение наполнения рынка товарами и удовлетворения спроса населения на товары и услуги; увеличение доступности товаров и услуг; качество товаров и услуг; уровень цен и тарифов; защита интересов низкодоходных групп населения; обеспечение добросовестной конкуренции, недопущение монополизации рынка; создание условий для расширения рынка местной сельскохозяйственной продукции; содействие развитию малого и среднего предпринимательства; защита прав потребителей.

3. Муниципальная власть может воздействовать на потребительский рынок с помощью административных и контрольных механизмов, к числу которых относятся: установление правил торговли на территории муниципального образования; предусмотренное

---

<sup>1</sup> Гуров М.П. Государственное регулирование отношений на потребительском рынке, как необходимое условия обеспечения безопасности страны // Безопасность бизнеса. 2015. № 10. С. 46-48.

законодательством лицензирование торговли отдельными видами продукции; взаимодействие с государственными органами санэпиднадзора, торговой и ветеринарной инспекцией; создание муниципальных структур по защите (в том числе судебной) прав потребителей и содействие деятельности соответствующих общественных организаций.

## **РАЗДЕЛ II. АНАЛИЗ ПРАКТИКИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ «ГОРОД БЕЛГОРОД»**

Городской округ «Город Белгород» – муниципальное образование, являющееся центром Белгородской области.

Город Белгород включает в себя городские районы и микрорайоны, не являющиеся муниципальными образованиями.

Белгород – это крупный город с хорошо развитой инфраструктурой, который является научным, экономическим, культурным и в то же время духовным центром.

Численность населения городского округа «Город Белгород» на 1 января 2017 года составила 391135 человек<sup>1</sup>.

Стратегией развития города Белгорода до 2025 года<sup>2</sup> было определено, что главной стратегической целью социально-экономического развития города на долгосрочную перспективу является повышение качества жизни горожан, переход от индустриальной экономики к экономике интенсивной и интеллектуальной.

Город Белгород занимает устойчивые позитивные тенденции экономического развития. По большинству показателей социально-экономического развития город усилил свои позиции в Центральном Федеральном округе, прочно закрепившись в группе лидирующих городов - областных центров.

Экономический рост обеспечивался созданием благоприятного предпринимательского климата, ростом деловой активности, раскрытием

---

<sup>1</sup> Численность населения Белгородской области по городским округам, муниципальным районам, городским и сельским поселениям, городам и поселкам городского типа на 1 января 2017 года: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области. URL: [http://belg.gks.ru/belg/resources/33fdb1047f3b6d391c6b5ed3bc492f/nasМО\\_17.htm](http://belg.gks.ru/belg/resources/33fdb1047f3b6d391c6b5ed3bc492f/nasМО_17.htm) (дата обращения: 11.02.2017).

<sup>2</sup> Об утверждении стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года: Постановление Правительства Белгородской области от 25 января 2010 г. № 27-пп // Белгородские известия. – 2010. – 7 февраля.

инвестиционной привлекательности территории в различных сферах экономической деятельности, развитием общественной, транспортной и инженерной инфраструктуры.

В 2016 году достигнут рост по основным показателям. Объем валового муниципального продукта города составил 173,7 млрд. рублей, что равно почти 25% от регионального показателя<sup>1</sup>. Ведущие предприятия обрабатывающей промышленности показали существенный рост, в итоге индекс производства составил 121 % к 2015 году, объем отгруженных товаров – 67,6 млрд. рублей, или 110 %. В 2016 году 79 субъектов малого бизнеса получили финансовую поддержку на сумму более 70 млн. рублей для реализации инновационных проектов и модернизации производства, 192 субъекта получили в аренду нежилые помещения муниципального фонда<sup>2</sup>.

При проведении отраслевого структурного анализа показателя валового муниципального продукта установлено, что основными отраслями, формирующими добавленную стоимость, являются:

- оптовая и розничная торговля;
- промышленное производство;
- транспорт и связь;
- строительство;
- операции с недвижимым имуществом.

Основой экономического потенциала городского округа «Город Белгород» выступает промышленное производство. в настоящее время ведется работы по созданию всех условий, способствующих развитию промышленных предприятий на основе внедрения инновационных ресурсосберегающих и высокопроизводительных технологий.

---

<sup>1</sup> Отчет о работе Администрации города Белгорода за 2016 год // сайт органов местного самоуправления города Белгород: офиц. сайт. URL: <http://www.beladm.ru/publications/publication/> (дата обращения: 11.02.2017).

<sup>2</sup> Там же.

Белгород, являясь административным центром Белгородской области, выступает центральным звеном потребительского рынка всего региона. В городе расположено большое количество предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения, предлагающие собственные товары и услуги как жителям города, так и жителям близлежащих муниципальных образований и регионов.

В последние годы потребительский спрос города Белгород заметно изменился, повысились требования к культуре обслуживания, качеству и ассортименту товаров. Возрос приток покупателей в организованную торговую сеть, обеспечивающую необходимые гарантии, более полный учет товарооборота, а также увеличение налоговых поступлений в бюджеты всех уровней. Белгород упрочил свой статус крупнейшей торговой площадки не только Белгородской области, но и всего Черноземья.

Потребительский рынок города Белгорода выступает базовым составным элементом экономики всего региона; его роль заключается в создании условий обеспечения полного и своевременного удовлетворения спроса населения на потребительские товары и услуги; качество и безопасность их предоставления, доступность товаров и услуг на всей территории города.

Состояние потребительский рынка города зависит от многих других рынков, а так же от денежных доходов, платежеспособности населения; он управляет товарно-денежными отношениями, а так же способствует повышению конкурентоспособности местных товаров и поддержке рыночного механизма. В связи с этим, одним из основных направлений экономической политики города должно выступать создание условий эффективного развития потребительского рынка и совершенствование механизма его регулирования.

Динамику развития потребительского рынка города Белгород характеризуют три основных показателя, а именно:

- рост объема товарооборота;

- объем оказываемых услуг;
- степень обеспеченности населения города этими услугами.

В городе Белгород обеспечена пешеходная доступность товаров для всего населения за счет наличия большого количества торговых площадей разнообразных форматов. Степень обеспечения жителей города торговыми площадями на сегодняшний день входит в число индикаторов, которые отражают качество жизни в микрорайонах города.

Развитая торговля в городе по факту выступает одним из субъектов контроля качества продукции, предназначенной для потребителей, посредством разработки высоких стандартов качества, которые предъявляются к производителям и поставщикам, тем самым способствуя повышению уровня безопасности, здоровья и жизни населения.

Основным органом власти, деятельность которого направлена на регулирование потребительского рынка г. Белгород выступает Управление потребительского рынка (далее – Управление).

Управление является структурным подразделением департамента экономического развития администрации города Белгорода.

В структуру Управления входят:

- отдел торговли;
- отдел по развитию сервиса;
- отдел по развитию туризма;
- отдел защиты прав потребителей.

Основными задачами Управления являются:

- обеспечение реализации государственной политики по развитию потребительского рынка на основе использования рыночных механизмов и соблюдения требований действующего законодательства, в сферах торговли, общественного питания, бытового обслуживания населения и защиты прав потребителей;

- организация работы по развитию инфраструктуры потребительского рынка города защиты интересов потребителей с целью достижения стратегической цели – повышения уровня жизни населения;

- организация работы по развитию въездного и внутреннего, созданию условий для удовлетворения потребности жителей города в качественных товарах и услугах и обеспечения;

- туризма, ремесленничества и гостиничных услуг.

В соответствии с возложенными задачами Управление осуществляет следующие функции:

- координирует деятельность предприятий, организаций, учреждений, объединений, индивидуальных предпринимателей на потребительском рынке города независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности в пределах, установленных законодательством Российской Федерации;

- способствует насыщению предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания товарами и услугами надлежащего качества;

- содействует развитию конкуренции, созданию равных условий деятельности для всех хозяйствующих субъектов сфер торговли, общественного питания и бытового обслуживания;

- принимает участие в организации проведения совещаний с предприятиями потребительского рынка, городских и областных ярмарок по продаже продовольственных и непродовольственных товаров, конкурсов профессионального мастерства работников сферы потребительского рынка, фестивалей, торговых обслуживания общегородских мероприятий, посвященных государственным и городским праздникам;

- содействует работе коммерческих организаций, маркетинговых и посреднических центров, других коммерческих структур по максимальному насыщению рынка города продукцией местных товаропроизводителей и

привлечению дополнительных товарных ресурсов для улучшения снабжения населения;

- анализирует деятельность объектов стационарной и передвижной торговли, в том числе предприятий, оказывающих услуги сезонной торговли, с целью выявления и пресечения несанкционированной деятельности;

- осуществляет мониторинг наличия основной группы социально значимых продуктов питания в предприятиях торговли города и отслеживает тенденции текущих ситуаций;

- на основе статистических показателей о розничном товарообороте и объемах бытовых услуг, об обеспеченности объектами торговли, общественного питания и бытового обслуживания разрабатывает прогнозную информацию о состоянии и развитии потребительского рынка города;

- ведёт реестр предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания, гостиниц, расположенных на территории города и прочие<sup>1</sup>.

Управление потребительским рынком в г. Белгород регламентируется нормативно-правовыми актами, как регионального, так и муниципального уровня. К их числу можно отнести:

- Постановление правительства Белгородской обл. от 11.01.2011 № 2-пп «О Стратегии развития региональной системы защиты прав потребителей в Белгородской области на 2011 - 2020 годы»;

- Распоряжение правительства Белгородской области от 28.01.2013 № 42-рп «Об утверждении Рекомендаций о порядке размещения необходимой информации для потребителей на предприятиях сферы потребительского рынка Белгородской области»;

---

<sup>1</sup> Управление потребительского рынка // сайт органов местного самоуправления города Белгорода: офиц. сайт. URL: <http://www.beladm.ru/publications/publication/upravlenie-potrebitelskogo-rynka/> (дата обращения: 11.02.2017).

- Распоряжение Губернатора Белгородской области от 9 марта 2016 года № 125-р «Об утверждении перечня приоритетных и социально значимых рынков и плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в Белгородской области на 2015 - 2017 годы»;
- Постановление Администрации города Белгорода от 9 августа 2016 года № 124 «О порядке размещения нестационарных торговых объектов на территории городского округа «Город Белгород»;
- Постановление Администрации г. Белгорода от 10.11.2016 г. № 201 «Об одобрении прогноза социально-экономического развития городского округа «Город Белгород» на 2017 год и плановый период 2018 - 2019 годов»;
- Постановление Администрации г. Белгорода от 03.11.2016 г. № 190 «Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешений на право организации розничного рынка на территории города Белгорода»;
- Постановление Администрации г. Белгорода от 22.11. 2016 г. № 210 «Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги по оказанию консультационной поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям в городском округе «Город Белгород»;
- Постановление Администрации города Белгорода от 12 ноября 2014 г. № 233 «Об утверждении муниципальной программы «Повышение инвестиционной привлекательности города и формирование благоприятного предпринимательского климата на 2015 - 2020 годы» и другие нормативно-правовые акты<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> О Стратегии развития региональной системы защиты прав потребителей в Белгородской области на 2011 - 2020 годы: Постановление правительства Белгородской области от 11 января 2011 г. № 2-пп // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW404;n=20974#0> (дата обращения: 14.02.2017); Об утверждении Рекомендаций о порядке размещения необходимой информации для потребителей на предприятиях сферы потребительского рынка Белгородской области: Распоряжение правительства Белгородской области от 28

В 2017 году запланировано 26 мероприятий. Кроме того, в Белгороде проведут несколько фестивалей-ярмарок, среди которых:

- «Фестиваль уличной еды»;
- «Ягодный бум»;
- «Русская каша»;
- «Народный фестиваль»;
- «Дары Осени»;
- «Пасхальный дар»;
- Новогодняя ярмарка «На Соборной».

---

января 2013 г. № 42-рп // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/) (дата обращения: 14.02.2017); О порядке размещения нестационарных торговых объектов на территории городского округа «Город Белгород: Постановление Администрации города Белгорода от 9 августа 2016 г. № 124 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&base=RLAW404&n=51158#0> (дата обращения: 14.02.2016); Об одобрении прогноза социально-экономического развития городского округа «Город Белгород» на 2017 год и плановый период 2018-2019 годов: Постановление Администрации г. Белгорода от 10 ноября 2016 г. № 201 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW404;n=20974#0> (дата обращения: 14.02.2017); Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешений на право организации розничного рынка на территории города Белгорода: Постановление Администрации г. Белгорода от 03 ноября 2016 г. № 190 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/) (дата обращения: 14.02.2017); Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги по оказанию консультационной поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям в городском округе «Город Белгород»: Постановление Администрации г. Белгорода от 22 ноября 2016 г. № 210 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: <http://www.consultant.ru/law/review/reg/rlaw/rlaw4042016-12-01.html> (дата обращения: 14.02.2017); Об утверждении муниципальной программы «Повышение инвестиционной привлекательности города и формирование благоприятного предпринимательского климата на 2015-2020 годы»: Постановление Администрации города Белгорода от 12 ноября 2014 г. № 233 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». URL: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&base=RLAW404&n=42183&dst=100012#0> (дата обращения: 14.02.2017).

В городе Белгород созданы условия для устойчивого сбалансированного развития сферы потребительского рынка. Реализованы проекты:

– «Формирование сети мелкорозничной, сезонной торговли и сезонных кафе на территории города Белгорода». В результате его внешний вид летних торговых точек заметно преобразился; У белгородцев появилась возможность приобретения товаров и услуг в шаговой доступности; было размещено около 300 объектов сезонной торговли. В специализированных торговых точках появилась возможность приобретать минеральную воду, хлебный квас, мороженое, живую рыбу и другие товары.

– «Размещение объектов сезонной мелкорозничной торговли и летних кафе на территории города Белгорода», в результате которого были созданы условия для удовлетворения спроса населения на товары и услуги сезонной торговли в пределах шаговой доступности и увеличения доли региональных товаропроизводителей.

Проводятся мероприятия по обеспечению соблюдения требований законодательства о защите прав потребителей.

Один из основных индикаторов состояния экономики – средняя заработная плата – растёт незначительными темпами. В августе 2016 года средняя заработная плата на крупных и средних предприятиях города сложилась в размере 29059,9 рублей, что на 3,9 % выше показателя августа 2015 года (27960,7 рублей), рост к началу года составил 7,6 % (январь – 26991 рублей)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата за 2016 год в разрезе муниципальных районов и городских округов области // Белгородстат : офиц. сайт. URL: [http://belg.gks.ru/belg/ru/municipal\\_statistics/main\\_indicators/](http://belg.gks.ru/belg/ru/municipal_statistics/main_indicators/) (дата обращения: 13.02.2017).

В апреле 2017 года индекс потребительских цен составил 100,2%, в том числе на продовольственные товары – 100,3%, непродовольственные товары – 100,4%, услуги – 99,8%<sup>1</sup>.

Потребительский рынок города Белгород продолжает расти. Оборот розничной торговли в сопоставимых ценах в 2016 году вырос по отношению к 2015 году (113,3 млрд. руб.) на 10,3 % и составил 125,1 млрд руб. Ежедневно каждый житель города совершает покупок на сумму 898 рублей.

Численность работников, занятых в сфере потребительского рынка г. Белгород, составляет 28,6 тыс. человек.

Оборот розничной торговли (в сопоставимых ценах) вырос в 2016 году по отношению к 2015 году на 7,8% и составил 115,3 млрд. рублей<sup>2</sup>.

Обеспеченность на 1000 жителей города составила:

- в торговых площадях в соответствии с действующими нормами 115,3%, или 985 кв. м;
- в услугах общественного питания – 120,2%, или 55,3 мест в открытой сети;
- в бытовых услугах 59,5%, или 9,7 рабочих мест<sup>3</sup>.

Показатель обеспеченности в торговых площадях жителей города Белгорода на сегодняшний день значительно превышает средний уровень обеспеченности многих городов; к примеру, Москву и Воронеж – на 20%, а некоторые европейские города – на 50%.

Необходимо учесть, что в городе Белгород имеются и крупные многофункциональные торговые центры, и магазины, находящиеся в шаговой доступности. Жители города имеют возможность приобретать

---

<sup>1</sup> Индекс потребительских цен в разрезе муниципальных районов и городских округов // Белгородстат: офиц. сайт. URL: <http://belg.gks.ru/belg/ru/statistics/prices/> (дата обращения: 13.02.2017).

<sup>2</sup> Показатели для подготовки докладов глав муниципальных образований об эффективности деятельности ОМСУ за 2016 год // Белгородстат: офиц. сайт. URL: [http://belg.gks.ru/belg/ru/municipal\\_statistics/main\\_indicators/](http://belg.gks.ru/belg/ru/municipal_statistics/main_indicators/) (дата обращения: 18.02.2017).

<sup>3</sup> Информация из статрегистра // Белгородстат: офиц. сайт. URL: <http://belg.gks.ru/belg/ru/statistics/organizations/> (дата обращения: 13.02.2017).

свежую и качественную продукцию местных производителей в торговых сетях.

Наряду с этим жителей и гостей города зачастую не устраивает качество обслуживания. Серьезного внимания требует работа по предотвращению попадания на рынок города фальсифицированной продукции.

Туристическая отрасль в городе Белгород выступает одним из основных объектов кластерной политики, что связано в первую очередь с тем, что она тесно взаимосвязана с другими отраслями экономики, участвующими в удовлетворении разнообразного и комплексного туристского спроса.

Перспективными направлениями туристской отрасли в городе Белгород являются событийный и деловой туризм. В прошлом году было организовано и проведено 7 конкурсов и 5 фестивалей. Помимо этого, в течение всего периода предприятиями потребительского рынка было проведено 22 праздничных ярмарки и 156 ярмарок выходного дня. Комплекс проводимых мероприятий по развитию туризма в городе Белгород позволил увеличить поток туристов в 1,77 раз в 2016 году, который составил 159 тыс. человек.

Однако, несмотря на то, что многие показатели в последние годы были существенно увеличены, сфера туризма городского округа все еще недостаточно развита и испытывает ряд проблем.

Основными факторами, препятствующими развитию туризма в Белгороде являются:

- слабо развитая туристская инфраструктура, в том числе инфраструктура, которая предназначена для организации событийного туризма;
- дефицит квалифицированных кадров в сфере туризма;

– недостаток информации о проведении событийных мероприятий, а так же малая эффективность систем продвижения туристического продукта как на внутренний, так и на внешний рынок.

Сфера розничной торговли и оказываемых услуг населению выступает опережающим индикатором развития экономики города. Именно оборот розничной торговли и объем оказываемых услуг используются в большинстве развитых стран как индикаторы ожидаемого состояния экономики, а снижение потребительской активности неминуемо ведет к падению темпов экономического роста и непосредственно отражается на динамике розничного товарооборота.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что состояние секторов торговли, общественного питания и бытового обслуживания играет значительную роль для жизни города и его граждан. Неэффективное развитие потребительского рынка ставит под угрозу развитие экономики, качество жизни, безопасность и здоровье населения города в целом.

На территории города Белгород осуществляли деятельность 12 розничных рынков с возможностью предоставления 4113 торговых мест. В городе осуществляют деятельность 153 предприятия оптовой торговли, 1 сельскохозяйственный рынок и 74 объекта розничной торговли.

Продажа потребительских товаров на душу населения в 2016 году составляла 212,7 тыс. рублей, что на 62,3% выше показателей 2015 года; объем услуг общественного питания в расчете на душу населения составлял 5,1 тыс. рублей, или на 69,5% превышал уровень 2015 года; объем платных услуг на душу населения составлял 83,3 тыс. рублей, что выше показателя 2015 года в среднем в 3 раза<sup>1</sup>.

В соответствии с реализуемыми программами замещения внешних поставщиков товаров и услуг на областных и минимизации розничных цен на

---

<sup>1</sup> Показатели для подготовки докладов глав муниципальных образований об эффективности деятельности ОМСУ за 2016 год // Белгородстат: офиц. сайт. URL: [http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/belg/ru/municipal\\_statistics/main\\_indicators/](http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/ru/municipal_statistics/main_indicators/) (дата обращения: 18.02.2017).

товары сельхозпроизводителей в городе Белгороде было открыто 6 магазинов шаговой доступности «Фермер». Поставка продукции в эти предприятия осуществлялась без посредников.

Анализ структуры рынка услуг города Белгород позволяет сделать вывод о том, что на рынке услуг города преобладают следующие виды:

- парикмахерские, косметологии и маникюрные студии – 21,1 % от общей доли на рынке услуг города;
- ремонт и пошив обуви (141) – 10,5%;
- оздоровительные услуги (сауны, солярии, массажные кабинеты) – 9,8%;
- услуги швейных ателье – 7,3%;
- фотоуслуги – 6,1%.

Таким образом, анализ показывает, что рынок потребительских услуг на территории города развит неравномерно как в отношении количества предоставляемых видов услуг, так и территориального места их оказания. В городском округе «Город Белгород» наибольшее развитие получили услуги парикмахерских, по ремонту обуви, фотоуслуги, вместе с тем недостаточно развиты услуги по ремонту квартир, мебели, прокату бытовой техники, ремонту и вязке трикотажных изделий, ремонту электробытовых машин и приборов, по установке и обслуживанию домофонной связи и др. Недостатком сферы услуг является большое количество малопригодных, мелких предприятий, уровень качества услуг в которых (обслуживание, сервис, услуга) не соответствует предъявляемым требованиям.

Администрацией города оказывается имущественная поддержка субъектам малого предпринимательства. По состоянию на 1 января 2016 года управлением муниципальной собственностью 287 субъектам малого предпринимательства предоставлено в аренду нежилых помещений муниципального фонда общей площадью 40,1 тыс. кв. м, 7 субъектов

реализовали преимущественное право выкупа помещений, находящихся в их пользовании.

В целях обеспечения эффективного взаимодействия администрации города Белгорода и субъектов предпринимательской деятельности по вопросам развития малого бизнеса на территории города действует консультативно-совещательный орган – Совет по поддержке и развитию предпринимательства при главе администрации города. На заседаниях Совета рассматриваются следующие вопросы:

- состояние, перспективы развития и проблемы ведения предпринимательской деятельности в городе Белгороде;
- о реализации концепции «Белгород – город, удобный для жизни»;
- о мерах поддержки субъектов малого предпринимательства города, предоставляемых Белгородской ГИП и т.д.

Малый и средний бизнес городского округа, который сосредоточен преимущественно в сфере потребительского рынка, является эффективно развивающимся сектором экономики, способствующим созданию новых рабочих мест.

Управление потребительского рынка города Белгород оказывает консультационную и методологическую помощь предприятиям розничной торговли.

Однако в сфере малого и среднего предпринимательства существует проблема отсутствия устойчивых рынков сбыта продукции; нерационального территориального размещения предприятий розничной торговли; слабо обоснованной структуризации ассортимента товаров на торговых предприятиях с различными формами продажи и специализации; эффективной структурной политики развития предпринимательства в розничной торговле. Так же недостаточно развито самосознание предпринимателей, которое заключается в том, что степень бизнеса не соответствует уровню его развития. Малый бизнес практически не имеет

общественных объединений, занимающихся его основными проблемами и осуществляющими от его имени диалог бизнеса и власти.

Одним из аспектов успешного функционирования потребительского рынка выступает степень развития защиты прав потребителей.

В настоящее время защита потребительских прав в городском округе «Город Белгород» осуществляется управлением потребительского рынка администрации города Белгорода. В частности, для осуществления государственной политики, направленной на укрепление защиты прав потребителей, создания условий эффективной реализации требований законодательства о защите прав потребителей и повышения социальной защищенности граждан, был образован и действует отдел защиты прав потребителей.

Отдел защиты прав потребителей состоит из 7 специалистов, в том числе: начальник отдела; заместитель начальника отдела; 2 специалиста сектора по работе в сфере платных услуг; 3 специалиста сектора по работе в сфере торговли. Деление отдела по секторам позволяет специалистам совершенствовать знания в своей сфере. В тоже время все специалисты отдела полностью взаимозаменяемы. Отдел проводит многоплановую и систематическую работу по защите прав потребителей, цель которой – решение актуальных для белгородцев потребительских проблем, помощь в разрешении конфликтных ситуаций и реализация потребительской политики. Одним из основных направлений этой деятельности является рассмотрение жалоб потребителей и консультирование по вопросам защиты их прав.

Специалисты отдела тесно взаимодействуют со специалистами Роспотребнадзора по Белгородской области, управления по развитию потребительского рынка департамента экономического развития администрации Белгородской области, Центра метрологии и стандартизации, УВД города, а также с Белгородским региональным отделением общероссийской общественной организации «Всероссийская лига защитников потребителей».

Несмотря на довольно большое количество мероприятий, проводимых специалистами управления потребительского рынка, в сфере организации защиты прав потребителей в городском округе «Город Белгород» остается нерешенным ряд проблем, к числу которых можно отнести:

- устаревшую материально-техническую базу управления потребительского рынка. Это связано с тем, что постоянно изменяется материально-техническая база торговли и идет реконструкция и модернизация предприятий, а методы его регулирования, программное обеспечение, сопутствующее ему, остаются прежними;
- правовую безграмотность населения в сфере судебной защиты своих потребительских прав.

Решение поставленных вопросов позволит на качественно новом уровне обеспечивать защиту прав потребителей, способствовать развитию потребительского рынка и, в конечном итоге, улучшению качества жизни жителей Белгорода.

Анализ практики регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород» позволяет сделать следующие выводы по второму разделу выпускной квалификационной работы:

1. Потребительский рынок города Белгорода выступает крупной составной частью всей экономики Белгородской области и призван обеспечивать условия для полного и своевременного удовлетворения спроса населения на потребительские товары и услуги; качество и безопасность их предоставления, доступность товаров и услуг на всей территории города. Динамику потребительского рынка характеризуют три основных показателя развития сети: рост объема товарооборота; объем оказываемых услуг; степень обеспеченности населения города этими услугами.

2. В городе Белгород созданы условия для устойчивого сбалансированного развития сферы потребительского рынка. К примеру, реализованы проекты: «Формирование сети мелкорозничной, сезонной торговли и сезонных кафе на территории города Белгорода»; «Размещение

объектов сезонной мелкорозничной торговли и летних кафе на территории города Белгорода» с целью создания условий для удовлетворения спроса населения на товары и услуги сезонной торговли в пределах шаговой доступности и увеличения доли региональных товаропроизводителей. Помимо этого, проводятся мероприятия по обеспечению соблюдения требований законодательства о защите прав потребителей.

3. Анализ потребительского рынка городского округа «Город Белгород» показывает, что рынок потребительских услуг на территории города развит неравномерно как в отношении количества предоставляемых видов услуг, так и территориального места их оказания. Недостатком сферы услуг является большое количество малоприспособленных, мелких предприятий, уровень качества услуг в которых (обслуживание, сервис, услуга) не соответствует предъявляемым требованиям, отсутствие достаточных финансовых ресурсов, высокие кредитные ставки, не позволяющие развивать и обновлять производственную базу, снижение уровня доступности услуг, сокращение количества рабочих мест и низкая квалификация персонала, оказывающего бытовые услуги населению.

### **РАЗДЕЛ III. НАПРАВЛЕНИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ «ГОРОД БЕЛГОРОД»**

Анализ регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород», проведенный нами во втором разделе выпускной квалификационной работы, позволяет сделать вывод о том, что, несмотря на существующие условия для полного и своевременного удовлетворения спроса населения на потребительские товары и услуги, процесс регулирования потребительского рынка города нуждается в дальнейшем совершенствовании.

В настоящее время состояние развития потребительского рынка городского округа «Город Белгород» выступает основным индикатором большинства трансформационных процессов, которые происходят в муниципальном и которые показывают степень развития предпринимательской активности, города и региона в целом. В связи с этим, проблемы стабилизации и совершенствования потребительского рынка муниципального образования на современном этапе развития играют особую роль. Все это обуславливается, в первую очередь, местом и ролью муниципального потребительского рынка в его воздействии на состояние процессов производства товаров и услуг, их распределения и потребления.

Основными проблемами развития муниципальных потребительских рынков являются:

- диспропорции развития потребительских рынков;
- неразвитость конкуренции на потребительском рынке;
- проблема территориальной и ценовой доступности товаров и услуг;
- проблема использования рабочей силы нелегальных мигрантов в организациях потребительского рынка;

- скрытая и неформальная деятельность предприятий и организаций, действующих на потребительских рынках;
- коррупция и бюрократизм;
- недостаточно высокий уровень квалификации персонала в торговой отрасли.

Исходя из этого, становится необходимым детальное изучение возможностей, современной практики, принципов, задач и инструментов регулирования потребительского рынка на муниципальном уровне.

Для успешного осуществления потребительским рынком своих функций необходимо соблюдение следующих условий:

- наличие экономической свободы, выражающейся в полной свободе выбора населением потребительских товаров, свободе выбора для предприятий. Компании сами решают, какую и сколько продукции производить и где и каким способом её реализовать;
- многообразие форм собственности;
- использование только достоверной, полной и достаточной информации о рынке у его субъектов;
- свободы образования цен;
- развития конкуренции, свободы выбора субъектов рыночных отношений и цивилизованных форм взаимоотношений партнеров;
- создания целостного механизма социальной защиты населения и защиты прав потребителей;
- создания и развития инфраструктуры муниципального потребительского рынка.

Приоритетными направлениями деятельности по регулированию развития потребительского рынка города Белгород должны стать:

- мониторинг состояния потребительского рынка города;
- прогнозирование развития потребностей в товарах и услугах и тенденций развития самого потребительского рынка и его составляющих;

- социально-экономическое нормирование основных показателей развития муниципального потребительского рынка;
- регулирование территориального размещения объектов потребительского рынка;
- правовое обеспечение взаимодействия субъектов функционирования потребительского рынка.

Для развития потребительского рынка городского округа «Город Белгород» необходимо формирование конкурентной среды на нем, которая может быть достигнута посредством реализации следующих мероприятий:

- организация и проведение конкурсов на лучшее предприятие местной промышленности;
- организация и проведение конкурсов на лучшее предприятие торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения;
- стимулирование деловой активности субъектов к участию в областных ярмарках, выставках товаров и услуг;
- мониторинг конкурентной ситуации на потребительском рынке.

С целью повышения качества и безопасности товаров и оказываемых услуг и дальнейшего совершенствования защиты прав потребителей целесообразно:

- проведение мониторинга качества товаров и услуг, реализуемых на территории города Белгород;
- реализация информационной политики муниципального образования в области повышения степени информированности потребителей о качестве и характеристиках товаров и услугах;
- совершенствование кадровой подготовки персонала для отрасли;
- совершенствование защиты прав потребителей.

Для развития конкуренции в муниципальном образовании мы предлагаем реализацию следующих мероприятий:

- организация и проведение круглых столов, совещаний,

конференций по проблемам развития потребительского рынка и сферы услуг;

- организация и проведение выставок, ярмарок товаров и услуг товаропроизводителей города Белгород;

- организация и проведение ярмарок сельскохозяйственной продукции;

- размещение в средствах массовой информации и сети Интернет информации о состоянии и перспективах развития потребительского рынка и сферы услуг;

- взаимодействие с регионами области с целью обмена опытом работы;

- организация участия представителей организаций потребительского рынка и сферы услуг в мероприятиях, направленных на профориентирование выпускников общеобразовательных учреждений;

- создание условий для расширения возможностей товаропроизводителей Белгорода и Белгородской области в целом по реализации продовольственных товаров и сельскохозяйственной продукции в организациях розничной торговли.

Для повышения качества и конкурентоспособности производимых и реализуемых товаров и услуг:

- проведение добровольной сертификации предоставляемых услуг;

- распространение передового опыта деятельности организаций потребительского рынка.

Для развития кадрового потенциала организаций потребительского рынка и сферы услуг целесообразно:

- изучение состояния обеспеченности кадрами в сфере торговли и общественного питания;

- поддержка образования общественных объединений в сфере потребительского рынка и услуг и взаимодействие с ними;

- организация участия специалистов сферы торговли,

общественного питания и бытового обслуживания населения во всероссийских и региональных конкурсах, смотрах профессионального мастерства;

- организация конкурсов профессионального мастерства среди работников сферы потребительского рынка и услуг.

Регулирование предпринимательской деятельности на муниципальном потребительском рынке несовершенно и требует модернизации для создания благоприятной институциональной среды не только для развития предпринимательства, но и для обеспечения жизнедеятельности населения города Белгород.

Кроме того, до сих пор отсутствует эффективная структурная политика развития предпринимательства в розничной торговле. Помимо перечисленных важнейшими нерешенными проблемами, сдерживающими динамику развития и снижающими эффективность хозяйственной деятельности торговых организаций, являются:

- отсутствие устойчивых рынков сбыта продукции;
- нерациональное территориальное размещение предприятий розничной торговли;
- слабо обоснованная структуризация ассортимента товаров на торговых предприятиях с различными формами продажи и специализации.

Из этого следует, что регулирование предпринимательской деятельности на муниципальном потребительском рынке несовершенно и требует модернизации для создания благоприятной институциональной среды не только для развития предпринимательства, но и для обеспечения жизнедеятельности населения города Белгород.

Для ее разрешения перечисленных нами проблем необходимо решение следующих задач:

- выявить институциональные эффекты влияния органов местного самоуправления на развитие предпринимательства;

- уточнить сущность и структуру потребительского рынка и его роль в современной экономике городского округа «Город Белгород»;
- определить понятие обеспеченности населения потребительскими услугами в объектах потребительского рынка;
- разработать методику расчета обеспеченности населения муниципального образования потребительскими услугами в объектах потребительского рынка и провести его анализ;
- разработать модель эффективной поддержки малого предпринимательства системой муниципального заказа;
- выявить основные принципы по совершенствованию доступности потребительских услуг нормативам инфраструктурного стандарта.

Реализация данных направлений создаст предпосылки для формирования эффективно функционирующего потребительского рынка городского округа «Город Белгород», механизмы которого позволят гармонизировать интересы бизнеса, власти и общества в целом.

Как уже было нами проанализировано в первом разделе выпускной квалификационной работы, потребительский рынок состоит из трех основных сегментов: рынка розничной торговли, общественного питания и бытовых услуг. Все его сегменты тесно связаны между собой, и взаимодействуя друг с другом, обеспечивают потребности населения и создают возможности для успешного функционирования экономики. При этом регулирование предпринимательской деятельности является инструментом, механизмом развития потребительского рынка. И именно от степени эффективности развития данного инструмента во многом зависит развитие потребительского рынка.

Одним из направлений совершенствования регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород» может стать реализация проекта по развитию бытового обслуживания населения в городском округе «Город Белгород».

Наименование проекта – «Развитие бытового обслуживания населения в городском округе «Город Белгород» (Паспорт проекта представлен в Приложении 1).

Что касается обоснования проведения проектных мероприятий, то потребительский рынок города Белгорода, являясь крупной составной частью экономики Белгородской области, призван обеспечивать условия для полного и своевременного удовлетворения спроса населения на потребительские товары и услуги; качество и безопасность их предоставления, доступность товаров и услуг на всей территории города.

Состояние потребительского рынка города напрямую зависит от других рынков, а так же денежных доходов граждан, платежеспособности населения; оно регулирует товарно-денежные отношения и способствует повышению конкурентоспособности местных товаров и услуг. Исходя из этого, основой экономической политики города должна заключаться в создании предпосылок эффективного развития потребительского рынка и совершенствовании механизмов его регулирования.

Сфера услуг одна из наиболее перспективных и быстроразвивающихся отраслей экономики города Белгород.

Одной из наиболее сложных составляющих сферы услуг выступает бизнес, связанный с предоставлением бытовых услуг населению. Примечательно то, что за время рыночных преобразований удельный вес расходов населения на бытовые услуги постепенно снижался, причем был отмечен рост расходов на социально-значимые услуги, к примеру, на жилищно-коммунальные, услуги образования или связи. В системе оказания платных услуг населению, доля бытовых услуг равна примерно двенадцати процентам, что говорит об их необходимости населению.

Область оказания бытовых услуг населению выступает многофункциональной сферой, способствующей увеличению свободного времени работающего населения и освобождению его от значительного числа трудоемких работ, связанных с ведением домашнего хозяйства,

рациональным использованием денежных доходов населения, созданием предпосылок для роста трудовых ресурсов городского округа «Город Белгород».

Сфера бытовых услуг имеет положительное влияние на состояние уровня жизни населения, посредством, к примеру, обеспечения ремонта предметов длительного пользования. Нахождение в сфере бытового обслуживания зачастую ориентировано на высвобождение рабочего времени жителей города, что, несомненно, создает дополнительные возможности для повышения профессиональной квалификации граждан, развития интеллектуальных и физических способностей личности и роста социальной активности человека в целом.

Развитие сферы бытового обслуживания населения даст возможность как для решения бытовых проблем и создания комфортных условий, так и поможет создать дополнительные рабочие места, повысить налоговые поступления в бюджет городского округа и развивать частнопредпринимательскую инициативу.

Сфера оказания бытовых услуг востребована населением города Белгород; она находится в постоянном развитии и берет на себя нагрузку, связанную с оказанием услуг малообеспеченным слоям населения.

В настоящее время в городе Белгород отмечена тенденция постоянного увеличения объема бытовых услуг, оказываемых населению городского округа. По данным Белгородстата за последние шесть лет объем бытовых услуг, полученных населением города, был увеличен в 2,5 раза.

Однако, несмотря на активное развитие сферы бытового обслуживания населения в городском округе «Город Белгород», в ходе его функционирования имеется ряд проблем, к числу которых можно отнести:

- отсутствие достаточных финансовых ресурсов, высокие кредитные ставки, не позволяющие развивать и обновлять производственную базу;
- низкое качество оказываемых услуг;

- снижение доступности товаров и услуг, сокращение количества рабочих мест, неравномерное развитие торговли и сферы услуг;
- недобросовестная конкуренция со стороны физических лиц, оказывающих услуги без надлежащего оформления свою предпринимательскую деятельность;
- низкая квалификация персонала. Система бытового обслуживания населения по-прежнему испытывает нехватку высокопрофессиональных кадров. Предприниматели нередко сами испытывают недостаток навыков ведения бизнеса, опыта управления, юридических и экономических знаний для более эффективного развития бизнеса, а также ощущают потребность в квалифицированной рабочей силе. В то же время, одной из причин, по которой субъекты сферы бытового обслуживания испытывают сложности с кадровым составом, – слабая социальная защищенность работников в малом бизнесе, «теневая» заработная плата, в большинстве случаев отсутствие социального пакета. Предприятиям и предпринимателям необходимо поддерживать постоянные контакты с базовыми учебными заведениями;
- несовершенство статистического учета оказываемых населению услуг;
- проблемы сохранения и эффективного использования зданий и помещений, занимаемых хозяйствующими субъектами сферы бытовых услуг. Есть вопросы и в отношении обеспечения площадями предприятий сферы бытовых услуг.

При этом условия рыночной экономики не позволяют стоять на месте, в связи с этим при анализе обстановки в сфере потребительского рынка бытовых услуг ясно представляются задачи, требующие решения, и перспективные направления развития отрасли, выполнение которых рассчитано на более продолжительный промежуток времени.

Решение указанных проблем посредством реализации предложенного нами проекта будет и в дальнейшем способствовать устойчивому

функционированию и стабильному развитию бытового обслуживания населения, увеличению индекса физического объема реализуемых услуг бытового характера, обеспечению доступности бытовых услуг для всех категорий граждан, повышению качества предоставляемых услуг и культуры обслуживания.

### **I. Цели и задачи внедрения проекта.**

Целью внедрения данного проекта является изменение существующей системы оказания бытовых услуг населению города Белгород.

Реализация данных целей будет возможна посредством осуществления следующих задач:

1. Увеличение количества предприятий, оказывающих бытовые услуги населению.
2. Поддержка малого предпринимательства в сфере бытового обслуживания населения.
3. Создание новых рабочих мест в сфере бытового обслуживания.
4. Содействие подготовки кадров, реализация мероприятий, направленных на повышение престижа труда в сфере бытового обслуживания населения.

### **II. Сроки реализации проекта.**

Предлагаемый к реализации проект может быть отнесен к среднесрочным с реализацией с 1 февраля 2018 года по 30 сентября 2019 гг. Реализация будет осуществляться в 3 этапа:

1. Диагностический – с 1 февраля по 1 марта 2018 года;
2. Деятельностный – осуществление основных мероприятий – март 2018 г. – август 2019г.
3. Аналитический – август-сентябрь 2019 года – подведение итогов реализации проекта.

### **III. Перечень мероприятий Проекта.**

В рамках проекта должны быть реализованы меры регулирования в части:

- разработки, принятия и внесения изменений в нормативные документы в сфере бытовых услуг;
- оказание содействия в предоставлении хозяйствующим субъектам, оказывающим бытовые услуги населению, для реализации инвестиционных проектов, субсидий на возмещение части процентной ставки по кредитам и части затрат по лизинговым платежам за счёт средств бюджета муниципального образования.

Основными мероприятиями проекта будут являться:

1. Содействие в предоставлении хозяйствующим субъектам городского округа «Город Белгород», оказывающим бытовые услуги населению, для реализации инвестиционных проектов, субсидий на возмещение части процентной ставки по кредитам и части затрат по платежам за счёт средств регионального и муниципального бюджета.

2. Привлечение в развитие инфраструктуры сферы услуг инвестиций из внебюджетных источников.

3. Привлечение субъектов малого и среднего предпринимательства, оказывающих бытовые услуги населению, к участию в конкурсах: на получение субсидии из средств бюджета муниципального образования на реализацию инвестиционных проектов в приоритетных сферах деятельности, а так же на компенсацию процентов по банковским кредитам из средств бюджета муниципального образования, полученным для реализации инвестиционных проектов в приоритетных сферах деятельности.

4. Привлечение представителей сферы оказания бытовых услуг населению к участию в работе городского совета по поддержке и развитию малого и среднего предпринимательства города, что поможет проанализировать перспективные направления и проблемные вопросы отрасли. Данное мероприятие поможет повысить качество содержания действующих, а так же строительство и открытие новых объектов рынка бытовых услуг в городском округе «Город Белгород».

5. Проведение смотра-конкурса среди предприятий потребительского рынка «Лучшее предприятие города Белгород в сфере бытового обслуживания», участниками которого могут стать стационарные предприятия потребительского рынка, зарегистрированные на территории города Белгород и внесенные в реестр предприятий потребительского рынка, осуществляющие предпринимательскую деятельность не менее двух лет и желающие принять участие в одной или нескольких номинациях.

Критериями конкурсного отбора будут являться:

- экономические успехи предприятия – стабильность работы, рост объемов услуг, увеличение выручки (в фактических ценах), увеличение рентабельности;
- отсутствие просроченной задолженности по платежам в бюджеты всех уровней и во внебюджетные фонды;
- своевременная выплата заработной платы персоналу;
- уровень среднемесячной зарплаты не ниже прожиточного минимума трудоспособного населения за IV квартал 2017 года;
- создание новых рабочих мест;
- благотворительная деятельность;
- соблюдение трудового законодательства, решение социальных проблем трудового коллектива;
- дизайн внутреннего и внешнего оформления предприятия, благоустройство территории.

Организация конкурса будет возложена на комиссию, которая доведет до сведения участников условия смотра-конкурса; проведет выездное обследование работы предприятий бытового обслуживания, рассмотрит материалы обследования и определит победителей смотра-конкурса;

6. Проведение семинаров, совещаний с руководителями и специалистами предприятий бытового обслуживания населения, что поможет создать условия для формирования конкурентной среды на рынке бытовых услуг.

7. Организация и проведение семинаров, круглых столов с хозяйствующими субъектами по актуальным вопросам сферы бытового обслуживания (с привлечением соответствующих органов местного самоуправления).

8. Проведение профессионального праздника «День работников бытового обслуживания населения и жилищно-коммунального хозяйства». Целью данного мероприятия будет выступать совершенствование подготовки кадров, реализация мероприятий, направленных на повышение престижа в сфере бытового обслуживания населения.

9. Содействие участию предприятий бытового обслуживания города в учебках, конкурсах профессионального мастерства.

10. Поздравления к профессиональному празднику «День работников бытового обслуживания населения и жилищно-коммунального хозяйства», что повысит престиж труда в сфере бытового обслуживания населения.

11. Привлечение субъектов рынка бытовых услуг к участию в международных, межрегиональных и областных выставках-ярмарках. Реализация данного мероприятия будет содействовать популяризации современных форм оказания услуг и распространению передового опыта и новых видов обслуживания.

12. Организация проведения в рамках Дня города выставки-ярмарки продукции, работ и услуг. Данное мероприятие необходимо реализовать для формирования положительного опыта местных предпринимателей, рекламы оказываемых услуг субъектами бытового обслуживания.

13. Проведение городской акции, способствующей улучшению качества и безопасности услуг населению в сфере бытового обслуживания, стимулирование граждан города с низким уровнем дохода. Данное мероприятие будет способствовать повышению качества и культуры обслуживания населения городского округа «Город Белгород».

#### IV. Смета проекта.

Организация и развитие нового объединения для работы в новом направлении всегда влечет за собой дополнительные расходы за счет которых будет реализован проект.

Структура финансовых ресурсов связана с определением источников финансирования мероприятий и проектов.

В качестве источников финансового обеспечения реализации проекта вступают бюджетные средства муниципального образования.

Таблица 1

Смета реализации Проекта ««Развитие бытового обслуживания населения и в городском округе «Город Белгород»»»

№ п.п.	Наименование статьи затрат	Сумма, руб.
1.	Проведение смотра-конкурса среди предприятий потребительского рынка «Лучшее предприятие города Белгород в сфере бытового обслуживания»	40 000
2.	Проведение выставок-ярмарок среди предприятий бытового обслуживания	20 000
3.	Проведение профессионального праздника «День работников бытового обслуживания населения и жилищно-коммунального хозяйства».	35 000
4.	Проведение семинаров, совещаний с руководителями и специалистами предприятий бытового обслуживания населения	10 000
5.	Проведение городской акции, способствующей улучшению качества и безопасности услуг населению в сфере бытового обслуживания	15 000
6.	Организация проведения курсов повышения квалификации; семинаров по разъяснению основных положений бухгалтерского учета, налогового, трудового, пенсионного законодательства с учетом вносимых изменений	30 000
Итого		145000

Итого за два года финансовые затраты составят 145тыс. рублей, в том числе:

- в 2018 году – 75,5 тыс. рублей;
- в 2019 году – 69,5 тыс. рублей.

Объемы и источники финансирования должны ежегодно уточняться при формировании местного бюджета на соответствующий финансовый год.

#### **V. Планируемые конкретные результаты проекта.**

Реализация проекта позволит оптимизировать объемы предоставляемых бытовых услуг в городском округе «Город Белгород».

В ходе реализации проекта предполагается достижение следующих результатов:

1) Увеличение количества предприятий, оказывающих бытовые услуги на 6 %. Данный показатель будет достигнут, к примеру, посредством содействия в предоставлении хозяйствующим субъектам города для реализации инвестиционных проектов, субсидий на возмещение части процентной ставки по кредитам и части затрат по платежам за счёт средств регионального и муниципального бюджета.

2) Увеличение обеспеченности работающими в сфере бытового обслуживания на 1000 жителей не менее 80 % от норматива за счет создания новых рабочих мест.

3) Обеспечение создания за 2018 – 2019 годы 100 рабочих мест за счет строительства новых объектов сферы бытовых услуг.

Социальная и бюджетная эффективность проекта будет выражаться в: о внедрение в организациях потребительского рынка новых видов услуг, повышении качества жизни населения путем повышения качества бытового обслуживания населения.

Совокупный социально-экономический эффект от реализации проекта может быть оценен за счет достижения следующих показателей:

- увеличения объема бытовых услуг, оказываемых жителям города Белгорода;
- повышение уровня квалификации кадров бытового обслуживания города.

Эффективность реализации проекта с учетом финансирования оценивается путем соотнесения степени достижения основных целевых показателей и индикаторов проекта с уровнем его финансирования с начала реализации.

Непосредственный контроль реализации проекта возлагается на Управление потребительского рынка Администрации города Белгород.

Таким образом, выявление основных направлений совершенствования регулирования потребительского рынка городского округа «Город Белгород» позволяет сделать следующие выводы по третьему разделу выпускной квалификационной работы:

1. Приоритетными задачам в сфере регулирования потребительского рынка городского округа «Город Белгород», на наш взгляд, должны стать: объединение в единую систему наработанных отдельных элементов; концептуальное обобщение целей, задач, методов и механизмов регулирования на среднесрочную перспективу; разработка концепции регулирования потребительского рынка с выделением основных этапов его реализации. Для того, чтобы регулирование муниципального потребительского рынка было эффективным, необходимо проводить мониторинг состояния потребительского рынка города; прогнозировать развитие потребностей в товарах и услугах и тенденций развития самого потребительского рынка и его составляющих; проводить социально-экономическое нормирование основных показателей развития муниципального потребительского рынка и т.п.

2. Одним из направлений совершенствования регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород» может стать реализация проекта «Развитие бытового обслуживания населения в городском округе «Город Белгород»», призванного сформировать правовые, экономические и организационные условия для развития рынка бытовых услуг, в первую очередь социально-значимых.

3. В рамках проекта должны быть реализованы меры регулирования в части разработки, принятия и внесения изменений в нормативные документы в сфере бытовых услуг; оказания содействия в предоставлении хозяйствующим субъектам, оказывающим бытовые услуги населению, для реализации инвестиционных проектов, субсидий на возмещение части процентной ставки по кредитам и части затрат по лизинговым платежам за счёт средств бюджета муниципального образования. В ходе реализации проекта предполагается достижение следующих результатов: увеличение количества предприятий, оказывающих бытовые услуги на 6 %; увеличение обеспеченности работающими в сфере бытового обслуживания на 1000 жителей не менее 80 % от норматива за счет создания новых рабочих мест; обеспечение создания за 2018 – 2019 годы 100 рабочих мест за счет строительства новых объектов сферы бытовых услуг.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотрение теоретических и практических аспектов регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород» позволяет сделать следующие выводы по выпускной квалификационной работе.

Потребительский рынок представляет собой совокупность физических лиц и домохозяйств, которые приобретают необходимые товары и услуги для личного некоммерческого пользования. Для него характерна высокий уровень конкуренции, большое количество и дифференциация товара, децентрализованная структура. Потребительский рынок включает в себя разнообразное количество субъектов, на экономическое поведение которых влияют многие факторы, к числу которых можно отнести, к примеру, социокультурные, личные и психологические факторы.

При регулировании потребительского рынка муниципального образования, органами местного самоуправления выполняется ряд значимых задач, к числу которых следует отнести: обеспечение наполнения муниципального рынка товарами и удовлетворение спроса населения на товары и услуги; обеспечение доступности товаров и услуг для всех категорий граждан; контроль и мониторинг качества товаров и услуг; уровня цен и тарифов; защита интересов малообеспеченных групп населения; создание условий для существования добросовестной конкуренции и недопущение монополизации рынка; создание условий для расширения объема рынка местной сельскохозяйственной продукции; содействие развитию малого и среднего предпринимательства в муниципальном образовании; совершенствование системы защиты прав потребителей.

Решение вопросов по управлению муниципальным потребительским рынком служит предпосылкой для создания всех условий, способствующих гармоничному развитию индивидуальных, коллективных и иных видов потребностей в товарах и услугах.

Органами местного самоуправления оказывается большое влияние на потребительский рынок муниципального образования посредством административных и контрольных механизмов, к которым можно отнести установление правил торговли на территории муниципального образования, лицензирование торговли отдельными видами продукции, взаимодействие с государственными органами, к числу которых можно отнести санитарно-эпидемиологический надзор, торговую и ветеринарную инспекции; создание локальных структур по защите прав потребителей и содействие деятельности соответствующих общественных организаций.

Анализ регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород» показал, что потребительский рынок города Белгорода выступает крупной составной частью всей экономики Белгородской области и призван обеспечивать условия для полного и своевременного удовлетворения спроса населения на потребительские товары и услуги; качество и безопасность их предоставления, доступность товаров и услуг на всей территории города.

Динамику развития потребительского рынка города Белгород описывают несколько показателей, к числу которых следует отнести рост объема товарооборота; объем оказываемых услуг; степень обеспеченности населения городского округа данными услугами.

Основным органом власти муниципального образования, деятельностью которого является регулирование потребительского рынка город Белгород выступает Управление потребительского рынка.

Рассмотрев отдельно составные части потребительского рынка городского округа, мы пришли к выводу, что рынок потребительских услуг на территории города развит неравномерно как в отношении количества предоставляемых видов услуг, так и территориального места их оказания.

Недостатком сферы услуг является большое количество малопригодных, мелких предприятий, уровень качества услуг в которых (обслуживание, сервис, услуга) не соответствует предъявляемым

требованиям, отсутствие достаточных финансовых ресурсов, высокие кредитные ставки, не позволяющие развивать и обновлять производственную базу, снижение уровня доступности услуг, сокращение количества рабочих мест и низкая квалификация персонала, оказывающего бытовые услуги населению.

Помимо названных, успешному развитию потребительского рынка в г. Белгород препятствуют: отсутствие устойчивых рынков сбыта продукции; качество бытового обслуживания населения; попадание на рынок фальсифицированной продукции; дефицит квалифицированных кадров в сфере туризма; недостаток информации о проведении событийных мероприятий и низкая эффективность систем продвижения туристического продукта на внутренний и внешний рынки.

Для успешного осуществления потребительским рынком своих функций необходимо соблюдение следующих условий: экономической свободы, выражающейся, с одной стороны, для населения в свободе выбора потребительских товаров, а, с другой стороны, в свободе выбора для предприятий: что и сколько производить, где и как реализовать свою продукцию; многообразия форм собственности; наличия достоверной и полной информации о рынке у его субъектов; свободы ценообразования; развития конкуренции, свободы выбора партнеров рыночных отношений и цивилизованных форм взаимоотношений партнеров; создания механизма социальной защиты населения, прав потребителей; формирования и развития инфраструктуры потребительского рынка.

Одним из направлений совершенствования регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород» может стать реализация проекта «Развитие бытового обслуживания населения в городском округе «Город Белгород», призванного сформировать правовые, экономические и организационные условия развития рынка бытовых услуг, в первую очередь социально-значимых.

В рамках проекта должны быть реализованы меры регулирования в части разработки, принятия и внесения изменений в нормативные документы в сфере бытовых услуг; оказания содействия в предоставлении хозяйствующим субъектам, оказывающим бытовые услуги населению, для реализации инвестиционных проектов, субсидий на возмещение части процентной ставки по кредитам и части затрат по лизинговым платежам за счёт средств бюджета муниципального образования.

В ходе реализации проекта предполагается достижение следующих результатов: увеличение количества предприятий, оказывающих бытовые услуги на 6%; увеличение обеспеченности работающими в сфере бытового обслуживания на 1000 жителей не менее 80 % от норматива за счет создания новых рабочих мест; обеспечение создания за 2018 – 2019 годы 100 рабочих мест за счет строительства новых объектов сферы бытовых услуг.

В целях дальнейшего совершенствования регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород» целесообразно предложить ряд практических рекомендаций в адрес органов местного самоуправления, к числу которых относятся:

1) рассмотреть и принять к реализации предлагаемый проект по управлению потребительским рынком муниципального «Развитие бытового обслуживания населения в городском округе «Город Белгород»;

2) разработать механизм развития конкуренции на рынке товаров и услуг в муниципальном образовании;

3) обеспечить координацию взаимодействия властных структур и образовательных учреждений области в процессе регулирования потребительского рынка в городском округе «Город Белгород».

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в части установления ответственности за нарушение правил организации деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на розничных рынках» [Электронный ресурс] : федер. закон от 19 июля 2007 г. № 141-ФЗ // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_197414/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_197414/) (дата обращения: 20.12.2016).

2. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 3.07.2016) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/) (дата обращения: 20.12.2016).

3. О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля и муниципального контроля: федер. закон от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_83079/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83079/) (дата обращения: 20.12.2016).

4. О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 30 декабря 2016 г. № 271-ФЗ (ред. от 09.01.2015) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64936/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64936/) (дата обращения: 20.12.2016).

5. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: федер. закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ (ред. от 2016 г.) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_44571/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/) (дата обращения: 20.12.2016).

6. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 28 декабря 2012 г. № 381-ФЗ (ред. от 3 июля 2016) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_95629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/) (дата обращения: 20.12.2016).

7. Об утверждении Правил выдачи разрешений на право организации розничного рынка [Электронный ресурс] : Постановление Правительства Российской Федерации от 10 марта 2007 г. № 148 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_66718/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_66718/) (дата обращения: 20.12.2016).

8. Об утверждении стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года [Электронный ресурс] : Постановление Правительства Белгородской области от 25 января 2010 г. № 27-пп // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: [www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW404;n=20974#0](http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW404;n=20974#0) (дата обращения: 14.02.2017).

9. О стратегии развития региональной системы защиты прав потребителей в Белгородской области на 2011-2020 годы» [Электронный ресурс]: Постановление правительства Белгородской области от 11 января 2011 г. №2-пп // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW404;n=20974#0> (дата обращения: 14.02.2017).

10. Об утверждении Рекомендаций о порядке размещения необходимой информации для потребителей на предприятиях сферы потребительского рынка Белгородской области [Электронный ресурс] : Распоряжение правительства Белгородской области от 28 января 2013 г. № 42-рп // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/e96b1cbe2a0795305a08c97b1a7f34ddab4ae908/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/e96b1cbe2a0795305a08c97b1a7f34ddab4ae908/) (дата обращения: 14.02.2017).

11. О порядке размещения нестационарных торговых объектов на территории городского округа «Город Белгород» [Электронный ресурс] : Постановление Администрации города Белгорода от 9 августа 2016 года № 124 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&base=RLAW404&n=51158#0> (дата обращения: 14.02.2017).

12. Об одобрении прогноза социально-экономического развития городского округа «Город Белгород» на 2017 год и плановый период 2018-2019 годов [Электронный ресурс] : Постановление Администрации г. Белгорода от 10 ноября 2016 г. № 201 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW404;n=20974#0> (дата обращения: 14.02.2017).

13. Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешений на право организации розничного рынка на территории города Белгорода» [Электронный ресурс] : Постановление Администрации г. Белгорода от 03 ноября 2016 г. № 190 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия

Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/review/reg/rlaw/rlaw4042016-12-01.html> (дата обращения: 14.02.2017).

14. Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги по оказанию консультационной поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям в городском округе «Город Белгород» [Электронный ресурс] : Постановление Администрации г. Белгорода от 22 ноября 2016 г. № 210 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/review/reg/rlaw/rlaw4042016-12-01.html> (дата обращения: 14.02.2017).

15. Об утверждении муниципальной программы «Повышение инвестиционной привлекательности города и формирование благоприятного предпринимательского климата на 2015-2020 годы» [Электронный ресурс] : Постановление Администрации города Белгорода от 12 ноября 2014 г. № 233 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк «Версия Проф» Разд. «Законодательство». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&base=RLAW404&n=42183&dst=100012#0> (дата обращения: 14.02.2017).

16. Агарков, Г. Угрозы потребительскому рынку региона [Текст] / Г. Агарков, Н. Найденов // Экономика региона. – 2015. – № 7. – С. 40-42.

17. Азизова, О.А. Государственное регулирование потребительского рынка на мезоуровне [Текст] / О.А. Азизова // Актуальные инновационные исследования: наука и практика. – 2014. – № 3. – С. 69-73.

18. Артемьева, Л.В. Региональный потребительский рынок: приоритеты развития и государственного регулирования [Текст] / Л.В. Артемьева // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – № 8. – С. 77-79.

19. Беляев, В.И. проблемы формирования правового института регулирования развития потребительского рынка на уровне муниципальных

образований [Текст] / В.И. Беляев // Журнал правовых и экономических исследований. – 2015. – № 7. – С. 49-52.

20. Березин, И.С. Крупнейшие потребительские рынки России: объем, динамика, перспективы [Текст] / И.С. Березин // Банковское дело. – 2015. – № 7. – С. 33-35.

21. Богер, И.Б. Формирование ресурсного потенциала торговли как основы развития потребительских рынков в проблемных регионах [Текст] / И.Б. Богер // Российское предпринимательство. – 2015. – № 10. – С. 3-6.

22. Бокланова, Ю.О. Методология и методы управления потребительским рынком для городского населения [Текст] / Ю.О. Бокланова // Проблемы прогнозирования. – 2015. – № 5. – С. 46-48.

23. Борискина, Т. Модель управления потребительским поведением на социально-значимом рынке [Текст] / Т. Борискина, О. Пескова // Российское предпринимательство. – 2015. – № 7. – С. 14-17.

24. Василенко, О. Совершенствование механизма управления потребительским рынком в муниципальном образовании [Текст] / О. Василенко, И. Кудяков // Вопросы экономических наук. – 2014. – № 3. – С. 19-21.

25. Воропаев, А.В. Государственное регулирование потребительского рынка [Текст] / А.В. Воропаев // Вестник Санкт-Петербургской академии МВД. – 2016. – № 3. – С. 91-93.

26. Головкова О.В. Потребительский рынок, его регулирование в условиях социально-экономических преобразований [Текст] / О.В. Головкова // Российское предпринимательство. – 2016. – № 5. – С. 16-19.

27. Гуров, М.П. Государственное регулирование отношений на потребительском рынке, как необходимое условия обеспечения безопасности страны [Текст] / М.П. Гуров // Безопасность бизнеса. – 2015. – № 10. – С. 46-48.

28. Данилова, В.А. Социально-экономическое регулирование рынка потребительских товаров и услуг [Текст] / В.А. Данилова // Terra Economicus. – 2016. – № 10. – С. 55-58.
29. Данилова, В.А. Проблемно-целевой метод управления потребительским рынком [Текст] / В.А. Данилова // Сервис plus. – 2016. – № 1. – С. 12-14.
30. Долгополова, О.Н. Регулирование и контроль потребительского рынка муниципального образования [Текст] / О.Н. Долгополова // Проблемы современной экономики. – 2016. – № 13. – С. 56-58.
31. Дорохова, Ю.В. Особенности регулирования поведения на потребительских рынках в регионах России [Текст] / Ю.В. Дорохова // Практический маркетинг. – 2016. – № 9. – С. 39-42.
32. Ерчак, А.И. Системный подход к оценке эффективности управления потребительским рынком [Текст] / А.И. Ерчак // Финансы и кредит. – 2015. – № 1. – С. 33-37.
33. Ивашинников, П.Ю. Особенности и основные направления регулирования потребительского рынка в городах [Текст] / П.Ю. Ивашинников // Современные проблемы экономики. – 2016. – № 3. – С. 77-79.
34. Ильин, С.Н. Регулирование и защиты потребительского рынка [Текст] / С.Н. Ильин // Вестник Академии. – 2015. – № 13. – С. 45-48.
35. Индекс потребительских цен в разрезе муниципальных районов и городских округов [Электронный ресурс] // Белгородстат: офиц. сайт. Режим доступа : [http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/belg/ru/statistics/prices/](http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/ru/statistics/prices/).
36. Информация из статрегистра [Электронный ресурс] // Белгородстат: офиц. сайт. Режим доступа: [http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/belg/ru/statistics/organizations/](http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/ru/statistics/organizations/).
37. Иосипенко, Д.В. Регулирование потребительского рынка в составе хозяйственного комплекса региона [Текст] / Д.В. Иосипенко // Экономический журнал. – 2016. – № 9. – С. 88-89.

38. Камалова, Т.А. Проблемы регулирования качества и безопасности товаров на потребительском рынке [Текст] / Т.А. Камалова // Вопросы структуризации экономики. – 2016. – № 9. – С. 55-57.
39. Ким, Е.В. Административно-правовые аспекты регулирования отношений в сфере регулирования отношений на потребительском рынке [Текст] / Е.В. Ким // Агропродовольственная политика России. – 2015. – № 9. – С. 79-80.
40. Кондратович, Д.Л. Развитие локальных потребительских рынков на основе диагностики поведения населения [Текст] / Д.Л. Кондратович // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – № 7. – С. 29-32.
41. Кочубей, С.Ф. Регулирование потребительского рынка региона [Текст] / С.Ф. Кочубей // Вестник Чувашского университета. – 2016. – № 1. – С. 23-25.
42. Лавренов, А. Формирование целей и задач государственного регулирования потребительского рынка региона [Текст] / А. Лавренов, А. Полиди // Вопросы экономики и права. – 2016. – № 6. – С. 50-54.
43. Мазанько, Е.И. Государственное регулирование потребительского рынка: анализ товародвижения [Текст] / Е.И. Мазанько // Российское предпринимательство. – 2016. – № 3. – С. 29-32.
44. Мамедов, Э.Я. Государственное регулирование потребительского рынка в условиях формирования рыночной экономики [Текст] / Э.Я. Мамедов // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 8. – С. 46-48.
45. Мусиенко, Е.В. Развитие и государственное регулирование предприятий торговли на потребительском рынке [Текст] / Е.В. Мусиенко // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – № 8. – С. 77-79.
46. Недосекин, К.Ю. Совершенствование регулирования потребительского рынка в РФ [Текст] / К.Ю. Недосекин // Проблемы современной экономики. – 2016. – № 10. – С. 13-15.

47. Некрасов, М.В. Регулирование развития муниципального потребительского рынка на основе формирования единой информационной системы [Текст] / М.В. Некрасов // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. – 2015. – № 8. – С. 22-25.

48. Нерсисян, Т.Я. Организационно-правовой аспект регулирования потребительского рынка [Текст] / Т.Я. Нерсисян // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 8. – С. 66-68.

49. Нерушай, С.И. Формирование механизма регулирования муниципального потребительского рынка [Текст] / С.И. Нерушай // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – № 8. – С. 33-36.

50. Нерушай, С.И. Формирование механизма регулирования регионального потребительского рынка [Текст] / С.И. Нерушай // Омский научный вестник. – 2015. – № 10. – С. 77-79.

51. Осипов, О.К. Программно-целевой подход к регулированию потребительского рынка [Текст] / О.К. Осипов // Современные исследования социальных проблем. – 2016. – № 9. – С. 13-16.

52. Отабеков, Ш.Х. Ценовой механизм регулирования развития потребительского рынка [Текст] / Ш.Х. Отабеков // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2015. – № 2. – С. 36-39.

53. Отчет о работе Администрации города Белгорода за 2016год [Электронный ресурс] // сайт органов местного самоуправления города Белгород: офиц. сайт. – Режим доступа : <http://www.beladm.ru/publications/publication/>.

54. Пантелеев, В.Ю. О правовом регулировании потребительского рынка [Текст] / В.Ю. Пантелеев // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2016. – № 15. – С. 88-91.

55. Пантелеев, В.Ю. О правовом регулировании сферы потребительского рынка [Текст] / В.Ю. Пантелеев // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – № 11. – С. 40-43.

56. Пасешник, Н.П. Концептуальные подходы к управлению потребительским рынком в территориальной системе РФ [Текст] / Н.П. Пасешник // Управление в современных системах. – 2015. – № 10. – С. 77-80.
57. Пригожин, А. И. Организации: системы и люди [Текст] / А. И. Пригожин. – М. : Ленанд, 2015. – 176 с.
58. Пугачева, С.Н. Государственное регулирование питания в системе потребительского рынка национальной экономики [Текст] / С.Н. Пугачева // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 6. – С. 39-42.
59. Сайт органов местного самоуправления города Белгорода – Управление потребительского рынка. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.beladm.ru/publications/publication/upravlenie-potrebitelskogo-rynka/>.
60. Скопина, Н.О. Трансформация предпринимательской активности на региональных потребительских рынках [Текст] / Н.О. Скопина // Финансы и кредит. – 2015. – № 8. – С. 66-69.
61. Скуфьина, Т.П. Оценка регулирования развития институциональной среды регионального потребительского рынка [Текст] / Т.П. Скуфьина // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2015. – № 4. – С. 46-49.
62. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Смит. – М. : Финансы, 2007. – 245 с.
63. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата за 2016 год в разрезе муниципальных районов и городских округов области [Электронный ресурс] // Белгородстат: офиц. сайт. – Режим доступа: [http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/belg/ru/municipal\\_statistics/main\\_indicators/](http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/ru/municipal_statistics/main_indicators/).
64. Терещенко, Н.Н. Финансово-экономическое регулирование потребительского рынка в современных условиях [Текст] / Н.Н. Терещенко // Российский юридический журнал. – 2015. – № 7. – С. 77-79.

65. Управление потребительского рынка [Электронный ресурс] // сайт органов местного самоуправления города Белгорода: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.beladm.ru/publications/publication/upravlenie-potrebitelskogo-rynka/>.

66. Чаплина, А.Н. Стратегическое управление потребительским рынком в городе [Текст] / А.Н. Чаплина // Проблемы современной экономики. – 2016. – № 8. – С. 48-50.

67. Черемисина, Т.Н. Экономическая диагностика как инструмент регулирования регионального потребительского рынка [Текст] / Т.Н. Черемисина // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – № 10. – С. 79-82.

68. Численность населения Белгородской области по городским округам, муниципальным районам, городским и сельским поселениям, городам и поселкам городского типа на 1 января 2017 года [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области. – Режим доступа: [http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/belg/resources/33fdb10047f3b6d391c6b5ed3bc4492f/nasMO\\_17.htm](http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/resources/33fdb10047f3b6d391c6b5ed3bc4492f/nasMO_17.htm).

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

## Приложение 1

**Паспорт проекта**

**Наименование проекта** – «Развитие бытового обслуживания населения в городском округе «Город Белгород»

<b>Цель проекта</b>	изменение существующей системы оказания бытовых услуг населению города Белгород.
<b>Задачи проекта</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Увеличение количества предприятий, оказывающих бытовые услуги населению;</li> <li>– Поддержка малого предпринимательства в сфере бытового обслуживания населения;</li> <li>– Создание новых рабочих мест в сфере бытового обслуживания;</li> <li>– Содействие подготовки кадров, реализация мероприятий, направленных на повышение престижа труда в сфере бытового обслуживания населения.</li> </ul>
<b>Способ достижения цели (мероприятия проекта)</b>	<p>В рамках проекта должны быть реализованы меры регулирования в части:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разработки, принятия и внесения изменений в нормативные документы в сфере бытовых услуг;</li> <li>– оказание содействия в предоставлении хозяйствующим субъектам, оказывающим бытовые услуги населению, для реализации инвестиционных проектов, субсидий на возмещение части процентной ставки по кредитам и части затрат по лизинговым платежам за счёт средств бюджета муниципального образования.</li> </ul> <p>Основными мероприятиями проекта будут являться:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– содействие в предоставлении хозяйствующим субъектам городского округа «Город Белгород», оказывающим бытовые услуги населению, для реализации инвестиционных проектов, субсидий на возмещение части процентной ставки по кредитам и части затрат по платежам за счёт средств регионального и муниципального бюджета;</li> <li>– проведение семинаров, совещаний с руководителями и специалистами предприятий</li> </ul>

	<p>бытового обслуживания населения, что поможет создать условия для формирования конкурентной среды на рынке бытовых услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проведение профессионального праздника «День работников бытового обслуживания населения и жилищно-коммунального хозяйства»;</li> <li>– содействие участию предприятий бытового обслуживания города в учебках, конкурсах профессионального мастерства, конкурсе на лучшее предприятие городского округа «Репутация и доверие», а так же поздравление к профессиональному празднику «День работников бытового обслуживания населения и жилищно-коммунального хозяйства», что повысит престиж труда в сфере бытового обслуживания населения;</li> <li>– проведение смотра-конкурса среди предприятий потребительского рынка «Лучшее предприятие города Белгород в сфере бытового обслуживания»;</li> <li>– проведение выставок-ярмарок среди предприятий бытового обслуживания;</li> <li>– проведение городской акции, способствующей улучшению качества и безопасности услуг населению в сфере бытового обслуживания;</li> <li>– организация проведения курсов повышения квалификации; семинаров по разъяснению основных положений бухгалтерского учета, налогового, трудового, пенсионного законодательства с учетом вносимых изменений</li> </ul>
<b>Результаты проекта</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– увеличение количества предприятий, оказывающих бытовые услуги на 6 %;</li> <li>– увеличение обеспеченности работающими в сфере бытового обслуживания на 1000 жителей не менее 80 % от норматива за счет создания новых рабочих мест;</li> <li>– обеспечение создания за 2018 – 2019 годы 100 рабочих мест за счет строительства новых объектов сферы бытовых услуг</li> </ul>
<b>Общий объем финансирования</b>	<p>финансовые затраты составят 145 тыс. рублей, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– в 2018 году – 75,5 тыс. рублей;</li> <li>– в 2019 году – 69,5 тыс. рублей</li> </ul>

