

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ВГУ»

На правах рукописи



Дзюбенко Ольга Борисовна

ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СФЕРОЙ
КАК ПОДСИСТЕМОЙ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата экономических наук

специальность:

08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством»

(региональная экономика)

научный руководитель доктор экономических наук,
доцент Голикова Г.В.

Воронеж – 2018

Содержание

Введение	3
1. Программно-целевой подход к управлению потребительской сферой товаров и услуг региона	11
1.1 Программно-целевое управление потребительской сферой региона – функции, направления, инструментарий	11
1.2 Основные направления, задачи и инструменты стратегического управления потребительской сферой региона как основы программно-целевого управления региона	39
2. Анализ потребительской сферы регионов России в контексте совершенствования программно-целевого управления	55
2.1 Программно-целевое управление потребительской сферой в регионах РФ – характеристика объектов и инструментария	55
2.2 Состояние и тенденции развития потребительской сферы макрорегиона (на примере ЦФО)	89
3. Основные направления и механизм совершенствования программно-целевого управления потребительской сферой региона	109
3.1 Состояние и факторы развития потребительской сферы Воронежской области	109
3.2 Механизм согласования стратегической и программной компонент управления потребительской сферой региона	132
Заключение	157
Список источников	170
Приложение А Социально-экономические показатели потребительской сферы товаров и услуг в регионах ЦФО	193

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена следующими обстоятельствами.

Во-первых, современный этап развития регионов страны является достаточно сложным с точки зрения состояния и перспектив развития потребительской сферы, обусловленных макроэкономической ситуацией. Потребительская сфера регионов трансформируется под влиянием многочисленных факторов, определяющих их общее социально-экономическое положение.

Во-вторых, анализ современной практики стратегического и программно-целевого управления потребительской сферой регионов демонстрирует значительные противоречия в постановке их целей, задач, определении приоритетов развития.

В-третьих, заметна недостаточная разработанность теоретических положений, обосновывающих эффективный инструментарий программно-целевого управления потребительской сферой регионов, обеспечивающий системность действий органов власти и их взаимодействия с иными управляющими подсистемами административно-территориальных образований страны.

В-четвертых, в теории и практике управления не в полной мере учитываются особенности макроокружения регионов, специфика их социально-экономического развития, обуславливающие необходимость адекватного сочетания инвариантных и вариативных мер регулирования потребительской сферы и ее элементов.

В-пятых, в научных исследованиях и практике регионального управления недостаточно обоснован действенный механизм согласования стратегической и программной компонент управления потребительской сферой регионов.

Степень научной разработанности проблемы. Диссертационное исследование базируется на методологических и теоретических положениях, разработанных российскими и зарубежными учеными.

Общеметодологические основы управления потребительской сферой на макро- и мезо- уровнях заложены в работах М. Вебера, В. Гаврилова, С. Глазьева, А. Ермоленко, Т. Гоголевой, П. Канапухина, Дж. Кейнса, Г. Клейнера, И. Корогодина, О. Кузнецовой, В. Мау, Л. Никитиной, В. Плотникова, Б. Райзберга, Т. Ромащенко, Дж. Стиглица.

Широкий спектр проблем программно-целевого управления социально-экономическими процессами в регионах рассматривают в своих исследованиях О. Беленов, Ю. Вертакова, А. Гранберг, Р. Гринберг, Г. Гутман, В. Закшевский, Е. Колесниченко, В. Курченков, Ю. Лапыгин, В. Лексин, Е. Мишон, В. Московцев, Л. Московцева, Т. Мясникова, Н. Невейкина, Т. Овчинникова, В. Полянин, Б. Преображенский, И. Рисин, Н. Серебрякова, Н. Сироткина, Ю. Трещевский, Е. Харченко, А. Хорев, О. Чарыкова, А. Швецов и другие ученые.

Содержание и использование программно-целевого метода управления потребительской сферой в регионах обстоятельно исследовали О. Борис, Т. Бухтиярова, В. Воронин, Г. Голикова, Л. Лахина, И. Ляпина, Е. Разомасова, О. Строева, С. Сычанина, Б. Теребиленко, В. Третьякова, Л. Угурчиева и ряд других ученых.

Теоретико-методологический аппарат исследования социально-экономических систем, явлений и процессов, применимый при структурировании информации о состоянии и динамике потребительской сферы регионов, представлен в работах Р. Блэшфилда, М. Вонга, О. Голиченко, В. Давниса, Е. Исаевой, Е. Ковешниковой, В. Кругляковой, Н. Кулагиной, И. Манделя, П. Машегова, М. Олдендерфера, В. Парахиной, М. Табачниковой, Е. Чудаковой, И. Хартигана, И. Щепиной и др.

Несмотря на значительные достижения отечественных ученых в указанной предметной области, остаются дискуссионными многие положения, важные с теоретической, методологической и методической точек зрения, позволяющие обеспечить разработку действенного механизма программно-целевого управления потребительской сферой регионов, его адекватного применения в конкретных социально-экономических условиях.

Актуальность названной проблемы, возрастающая потребность ее практического решения определили выбор темы, объекта и предмета исследования, обусловили постановку цели и задач диссертационной работы.

Область исследования соответствует паспорту специальности 08.00.05 – региональная экономика: пп. 3.3. Пространственная организация национальной экономики; формирование, функционирование и модернизация экономических кластеров и других пространственно локализованных экономических систем; 3.10 – Исследование традиционных и новых тенденций, закономерностей, факторов и условий функционирования и развития региональных социально-экономических систем; 3.15. Инструменты разработки перспектив развития пространственных социально-экономических систем. Прогнозирование, форсайт, индикативное планирование, программы, бюджетное планирование, ориентированное на результат, целевые программы, стратегические планы.

Цель диссертационного исследования состоит в развитии теоретических положений, раскрывающих особенности потребительской сферы как подсистемы экономики региона, содержание программно-целевого управления ее развитием, разработке научно-методических рекомендаций по его совершенствованию.

Необходимость достижения цели потребовала решения следующих **задач**:

- исследовать необходимость и возможность применения программно-целевого управления для стимулирования развития потребительского спроса как элемента эффективного спроса региона;
- обосновать основные направления, задачи и инструменты стратегического управления потребительской сферой региона как основы программно-целевого управления;
- выявить тенденции развития потребительской сферы макрорегиона (ЦФО);
- разработать механизм согласования стратегической и программной компонент управления потребительской сферой региона.

Предметом исследования являются управленческие отношения, опосредующие процессы воздействия государственных органов власти на параметры потребительской сферы регионов.

Объект исследования – потребительская сфера как социально-экономическая подсистема российских регионов.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили фундаментальные и прикладные исследования отечественных и зарубежных ученых по проблемам управления потребительской сферой регионов.

Для обоснования роли программно-целевого управления потребительской сферой регионов использован диалектический метод, позволяющий рассматривать экономические явления и процессы по взаимосвязи, выявить причинно-следственные и факторные связи, обосновать перспективы, направления, цели, задачи, инструменты ее развития.

Для выявления количественных характеристик потребительской сферы регионов применены методы группировок, сравнения, кластерного анализа; результаты их использования отражены в вербальной и графической форме.

Обоснование механизма управления потребительской сферой региона произведено на основе системного и структурно-функционального методов.

Информационную основу исследования составили статистические и аналитические материалы органов государственной статистики, публикации в периодических источниках информации. В целях выявления общего и особенного в содержании программно-целевого управления потребительской сферой регионов использованы программные документы органов власти субъектов РФ.

Рабочая гипотеза исследования состоит в обосновании научного предположения, что совершенствование управления потребительской сферой регионов, в которой реализуется эффективный спрос, является важнейшей задачей государственных органов различных уровней, решение которой ориентировано на обеспечение экономического развития субъектов РФ и должно

стать объектом программно-целевого управления, реализующего проактивное воздействие на ее ключевые факторы и параметры.

Научная новизна результатов исследования состоит в решении важной научной задачи – разработке теоретического, методического и инструментального обеспечения системы программно-целевого управления потребительской сферой регионов России, включающей следующие основные положения:

- исследованы необходимость и возможность применения программно-целевого управления для стимулирования развития потребительского спроса как элемента эффективного спроса региона. Особенностью авторского подхода является выделение целевого, институционального и организационного аспектов применения программно-целевого управления, определение наиболее значимого критерия создания программ и необходимого для их реализации механизма, программ развития потребительской сферы как подсистемы экономики региона. Это позволило расширить научно-практические представления о возможностях и направлениях программно-целевого управления региональным развитием, выделить функции программно-целевого управления развития потребительского рынка и направления его совершенствования – целевые, организационные, институциональные;

- обоснованы направления, задачи и инструменты стратегического управления потребительской сферой региона как основы программно-целевого управления. Авторский подход базируется на выявлении соответствия элементов стратегического и программно-целевого управления состоянию и динамике параметров указанной сферы в административно-территориальных образованиях страны и отличается: обоснованием показателей, характеризующих данную сферу; методами расчета необходимого и достаточного состава виртуальных кластеров, объединяющих регионы, сходные по составу указанных показателей; оценкой значимости полученных результатов; выбором модельного региона, отражающего особенности каждого

кластера; что позволило определить направления его совершенствования в административно-территориальных образованиях РФ;

- выявлены тенденции развития потребительской сферы макрорегиона (ЦФО), характеризующиеся уровнем и динамикой основных подсистем потребительского рынка (торговли, общественного питания и заготовок, транспорта, связи, бытовых услуг, услуг жилищно-коммунального хозяйства). Отличительной особенностью авторского подхода является многоуровневый анализ, включающий: макроуровень, региональный, функциональный (по основным подсистемам потребительского рынка), факторный, что позволяет определить основные направления совершенствования программно-целевого управления, общие для макрорегиона и особенные для его территориальных подсистем;

- разработан механизм согласования стратегической и программной компонент управления потребительской сферой региона, включающий: его элементы и связи между ними (субъектов; объекты; содержание и форму целевых программ), отличающийся: составом функций, отражающих логику программной деятельности; взаимосвязями концептуально-целевого, ресурсного, процессуального, организационного обеспечения и результатов реализации программ); алгоритмом разработки стратегии программно-целевого управления потребительской сферой региона; схемой согласования стратегического видения и программного обеспечения реализации стратегии; составом типовых программ; позволяющий обосновать совокупность взаимосвязанных направлений и задач стратегического управления совершенствованием данной сферы региона, необходимый состав инструментов программно-целевого управления экономического, организационного и институционального содержания, необходимых для реализации стратегии.

Теоретическая значимость исследования:

доказаны положения, расширяющие представления об особенностях потребительской сферы региона как объекта управления;

исследованы современные особенности государственного управления потребительской сферой российских регионов;

изложены положения, обосновывающие теоретико-методический подход к оценке состояния и направлений совершенствования управления потребительской сферой регионов РФ;

предложен теоретико-методический подход к совершенствованию программно-целевого управления потребительской сферой в регионах РФ;

обоснован теоретико-методический подход к разработке механизма управления потребительской сферой региона на основе согласования его стратегической и программной компонент.

Практическая значимость диссертации состоит в том, что содержащиеся в работе выводы и рекомендации, адресованные региональным и местным органам власти, могут быть использованы при совершенствовании процессов разработки и реализации стратегий и программ развития потребительской сферы административно-территориальных образований РФ.

Методические положения работы, посвященные формированию инструментов управления потребительской сферой регионов, могут быть использованы в работе органов государственной власти и местного самоуправления.

Теоретические и методологические положения работы, раскрывающие особенности управления потребительской сферой регионов страны, применимы в преподавании и изучении курсов «Региональная экономика», «Государственное регулирование экономики», в процессе подготовки, переподготовки и повышения квалификации государственных служащих.

Апробация результатов исследования. Основные выводы диссертационного исследования докладывались на научно-практических конференциях различного уровня, в том числе: научных сессиях Воронежского государственного университета (Воронеж, 2015, 2016 гг.); Международной научно-практической конференции «Управление изменениями в социально-экономических системах» (Воронеж, 2016, 2017 гг.); II международной научно-практической конференции «Фундаментальные и прикладные исследова-

ния в области экономики и финансов» (Орел, 2016 г.); Международной мультиплощадной научно-практической конференции «Человек как объект исследования современной науки», (Нижний Новгород, 2017 г.).

Результаты исследований, связанные с разработкой теоретических положений и практических рекомендаций в области совершенствования системы управления потребительской сферой региона использованы:

администрацией городского округа город Воронеж при разработке проекта стратегии социально-экономического развития городского округа город Воронеж на период до 2035 года;

в учебном процессе в Воронежском государственном университете в преподавании курсов: «Региональная социально-экономическая политика», «Государственное регулирование экономики»;

в учебном процессе в Международном институте компьютерных технологий (г. Воронеж) в преподавании курса «Основы экономической политики».

Публикации. Основные результаты исследования опубликованы в 12 научных работах, в том числе в 5 статьях в изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России. Общий объем печатных работ 4,9 п.л., в том числе авторский – 3,0 п.л.

К наиболее значимым научным результатам исследования, определяющим его научную новизну, относятся следующие **положения, выносимые на защиту:**

- необходимость и возможность применения программно-целевого управления для стимулирования развития потребительского спроса как элемента эффективного спроса региона;

- состав и содержание основных направлений, задач и инструментов стратегического управления потребительской сферой региона как основы программно-целевого управления;

- тенденции развития потребительской сферы макрорегиона (ЦФО);

- механизм согласования стратегической и программной компонент управления потребительской сферой региона.

1. Потребительская сфера региона как объект программно-целевого управления

1.1 Программно-целевое управление потребительской сферой региона – функции, направления, инструментарий

Потребительская сфера как объект управления со стороны государства рассматривается в настоящее время в различных аспектах.

Значение индивидуального и общественного потребления (включая государственные расходы на его стимулирование) для социально-экономического развития макроэкономических систем обосновали Дж. Кейнс¹, Дж. Стиглиц и другие ученые². В результате реализации их концепции потребительская сфера стала объектом государственного регулирования во многих развитых странах, не менее значимым, чем финансовая и денежная. Исследования М. Вебера поставили вопрос о специфике хозяйственной деятельности, включая даже мелкие проявления отличий в потреблении, формирующегося под влиянием как социальной, так и территориальной принадлежности экономических систем различного уровня³.

В отечественной литературе потребительская сфера как целостная система, являющаяся объектом управления на региональном уровне, насколько нам удалось выяснить, не рассматривается.

Речь идет, преимущественно, о ее отдельных фрагментах или о поведении потребителей. Так, О. Матвеев, А. Шевцов отмечают психологические особенности поведения потребителей, формируемые бизнес-структурами, прежде всего – воздействием рекламы⁴.

¹ Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег/ Дж. М. Кейнс // Антология экономической мысли. В 2-х томах. Т. 2. / М.: Эконов. 1993. – С. 137-434.

² Стиглиц Дж Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему / Д.Е. Стиглиц. 3 М.: Издательство «Э», 2017. – 512 с.

³ Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии / Макс Вебер. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 429 с.

⁴ Матвеев О.В. Объективные и субъективные предпосылки поведения потребителей / О.В. Матвеев, А.М. Шевцов// Научные исследования и разработки молодых ученых. – 2016. – № 13. – С. 26-30.

А. Голова отмечает, что в странах с развитой рыночной экономикой, особенно в США, стимулирование потребления на макроуровне стало рассматриваться в качестве панацеи от экономических кризисов, и легло в основу американской экономической политики, являющейся идеалом для адептов западных подходов к общественному управлению⁵. А. Голова не в полной мере разделяет чрезмерно оптимистичную точку зрения на возможности управления экономикой посредством стимулирования потребления. Мы также полагаем, что потребление, потребительский рынок, сфера потребления нуждаются в управлении не только с позиций стимулирования экономического роста. Потребительская сфера – такой же объект управления как и любые секторы экономики.

В этой связи считаем необходимым уточнить содержание объекта исследования, который представлен связанными друг с другом, но различными категориями. Прежде всего речь идет о понятиях «сфера потребления», «потребительский рынок», «потребительский рынок товаров и услуг». В большинстве случаев потребительский рынок рассматривается в контексте маркетинговой деятельности и определяется в соответствии с классической формулировкой Ф. Котлера: «Потребительский рынок – отдельные лица и домохозяйства, покупающие или приобретающие иным способом товары и услуги для личного потребления»⁶. Данное определение используется, преимущественно, для анализа поведения потребителей и разработки механизма, стимулирующего потребление различных слоев населения. Отметим, что рассмотрение потребительского рынка возможно и в иных аспектах, в частности, с позиций оценки слияния потребления на состояние макроэкономики как, например, у Дж. Кейнса⁷. С точки зрения управления развитием эконо-

⁵ Голова А.Г. Социально-экономические подходы к управлению потребительским поведением населения / А.Г. Голова // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2013. – № 6 (107). – С. 66-75.

⁶ Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – М.: Вильямс. – 2007. – С. 138.

⁷ Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег/ Дж. М. Кейнс // Антология экономической мысли. В 2-х томах. Т. 2. / М.: Эконов. 1993. – С. 137-434.

мики региона и удовлетворения потребностей его населения, потребительский рынок является частью более общей системы и охватывает совокупность транзакций в определенной функциональной и территориальной системе.

С точки зрения экономической теории рынок представляет собой совокупность обменных процессов между продавцами и покупателями. Именно в таком ключе он трактуется классиками данной науки. Например, у Ф. Хайека рынок и рыночный обмен выступают в качестве синонимов при описании процессов, обеспечивающих «...мирное сосуществование целей, полезных для всех»⁸. Применительно к более общим процессам, характеризующим потребление в экономических системах, в том числе и региональных, рынок выступает как совокупность транзакций между продавцами и покупателями.

Дополнение понятия «потребительский рынок» указанием на то, что речь идет о товарах и услугах, не изменяет общего смысла термина. Однако можно считать применение данного термина целесообразным, поскольку в конкретных случаях бывает необходимым рассматривать конкретную совокупность товаров и услуг в определенных функциональных и территориальных подсистемах экономики.

В случае с постановкой вопроса о необходимости совершенствования программно-целевого управления явлениями и процессами, происходящими в сфере потребления как особой подсистеме региональной экономики, нельзя рассматривать ее только в контексте обменных процессов, определяемых понятиями «потребительский рынок», «потребительский рынок товаров и услуг», поскольку важны и смежные процессы – производство и, собственно, потребление. В связи с этим мы используем в дальнейшем более общее понятие – «потребительская сфера», которая включает в себя потребительские рынки, но не ограничивается транзакциями. В целом потребительскую сферу любой социально-экономической системы мы рассматриваем в качестве ее подсистемы, включающей совокупность продуктов и услуг, приобретаемых

⁸ Хайек Ф. Познание, конкуренция и свобода / Ф. Хайек. СПб, Пневма. – 2003. – С. 61.

населением для личного потребления, располагаемых и фактически используемых для этого ресурсов. В потребительскую сферу включаются не только товары и услуги, приобретение и использование которых опосредуется рынком, но и производимые самими потребителями и получаемые ими на нерыночных основаниях (например, безвозмездные услуги государственного сектора). Естественно, что программно-целевое управление потребительской сферой в регионах в наибольшей степени ориентировано на рыночные товары и услуги, поэтому основной акцент сделан именно на них.

Проведенное нами исследование потребительской сферы регионов России как особых социально-экономических систем, опирается на теоретические работы ученых-регионалистов: Ю. Вертаковой, А. Гапоненко, А. Гранберга, Г. Гутмана, А. Ермоленко, В. Закшевского, Е. Колесниченко, В. Курченкова, Ю. Лапыгина, В. Лексина, О. Ломовцевой, Е. Мишон, В. Московцева, Л. Московцевой, Т. Мясниковой, Н. Невейкиной, А. Новоселова, В. Плотникова, Б. Преображенского, И. Рисина, Н. Сироткиной, Ю. Трещевского, Е. Харченко, А.Н. Швецова и др.⁹

⁹ Гоголева Т.Н. Эффективность региональной внешнеэкономической политики: комплексная методика оценки / Т.Н. Гоголева, Л.А. Мажарова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: экономика и управление. – 2010. – № 2. – С. 93-98; Голикова Г.В. Закономерности развития экономики региона на основе мониторинга обратных связей / Г.В. Голикова, В.К. Голикова, А.Н. Мордвинцев // Регион: системы, экономика, управление. – 2014. – № 1 (24). – С. 102-104; Гранберг А.Г. Моделирование пространственного развития экономики России / А.Г. Гранберг // Стратегическое планирование в регионах и городах России. Доклады участников VII Общероссийского форума лидеров стратегического планирования. - СПб.: Леонтьевский центр, 2009. – С. 32-34; Колесниченко Е.А. Зарубежный опыт разработки и реализации региональной политики / Е.А. Колесниченко // Вестник Тамбовского университета. Серия: гуманитарные науки. – 2008. – №8(64). – С. 401 – 405; Колесниченко Е.А. Направления снижения дифференциации регионального развития / Е.А. Колесниченко // Социально-экономические явления и процессы. – 2009. - № 1(13). – С. 58-63; Колесниченко Е.А. Факторы стабилизации регионального развития / Е.А. Колесниченко, С.Ю. Шутилина // Экономика образования. – 2009. – №2. – С. 6-11; Лексин В.Н. Государство и регионы: теория и практика государственного регулирования территориального развития / В.Н. Лексин, А.Н. Швецов. – М.: УРСС, 2007. – 368 с.; Плотников В.А. Программно-целевой метод в управлении экономикой региона / В.А. Плотников, Г.В. Федотова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – № 7. – С. 2-9; Ломовцева О.А. Регион в контексте общественного развития и эволюции экономической мысли / О.А. Ломовцева // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. – 2013. – №7. – С. 20-27; Ломовцева О.А. Сущность и структура потенциала развития региона / К.О. Вино-

Проблеме программно-целевого управления социально-экономическими системами различных уровней посвящены работы отечественных и зарубежных исследователей¹⁰. Часть указанных работ посвящена прямо или косвенно потребительской сфере. Обратимся в этой связи к работам конкретных исследователей.

Л. Хандажапова, Н. Лубсанова считают необходимым стимулирование в регионах производства и потребления экологически чистой продукции, повышения уровня экологической и экономической безопасности административно-территориальных образований¹¹.

Н. Бублик, Л. Шарипова, Д. Чувиллин полагают, что процесс разработки программ стратегического развития потребления товаров и услуг (примени-

градова, О.А. Ломовцева // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №3. – С. 33-43; Невейкина Н.В. Актуальные тенденции социально-экономического развития российских регионов // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 7 (286). – С.22-28; Полянин А.В. Инновационный и экономический потенциалы регионов как приоритет конкурентоспособности в национальной экономике / Полянин А.В., Макарова Ю.В., Докунова ИА. // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2014. – № 23. – С. 17-26; Сироткина Н.В. Научно-производственные кластеры: теория и практика управления российскими регионами : монография / Н.В.Сироткина, Ю.А. Ахенбах. – Воронеж, Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2012. – 533 с.

¹⁰ Верников В.А. Программно-целевое управление предпринимательскими структурами: возможности и перспективы адаптации к условиям изменяющейся экономики / В.А. Верников // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. – Т. 6. – № 2 (22). – С. 137-142; Абатуров О.И. Программно-целевой метод управления как инструмент рыночной экономики / А.И. Абатуров // Власть и управление на Востоке России. – 2007. – № 4. – С. 66-71; Дудин М.Н. Лясников Н.В., Похвошев В.А., Толмачев О.М. Формирование устойчивости предпринимательских структур: Монография / под ред. В.С. Балабанова. М.: Элит, 2013. – 280 с.; Дудин М.Н. Инновационный форсайт как инструмент конкурентоспособного развития предпринимательских структур. Монография / Дудин М.Н., Лясников Н.В., Егорушкин П.А., Сафин Ф.М.М.: Издательский дом «Наука», 2013. 216 с.; Ивантер В.В. Новая экономическая политика: важнейшие императивы финансовой политики современной России / Ивантер В.В., Порфирьев Б.Н // Экономика и управление. – 2014. – № 2. – С. 6–11.; Ильичев А.В. Основы анализа эффективности и рисков целевых программ. Истоки, формализация, реализация. М.: Научный мир, 2009. – 306 с.; Кульба В.В., Ковалевский С.С. Управление и контроль реализации социально-экономических целевых программ: монография. М.: Либроком, 2009. – 400 с.; Максимец Н.В. Теоретические и методические основы программно-целевого управления / Н.В. Максимец, Г.Р. Шакирова // Российское предпринимательство. – 2012. – № 21. – С. 32–36.

¹¹ Хандажапова Л.М. Экологические инновации и развитие «зеленой экономики» в регионах России / Хандажапова Л.М., Лубсанова Н.Б. //Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2016. – № 2 (335). – С. 131-138.

тельно к жилищно-коммунальному комплексу региона), включает в себя пять этапов:

- обоснование системно-целевого потребительского облика развития регионов;
- обоснование структуры модернизации на основе формирования функционально-параметрического облика «целереализующих подсистем»;
- идентификация множества вариантов модернизации на основе формирования инновационного облика развития социально-экономических систем;
- оценку и отбор наиболее эффективных вариантов модернизации управляемой подсистемы посредством обоснования инвестиционно-ресурсного воздействия;
- формирование финансово-экономического облика с обоснованием экономической эффективности и риска программ развития систем¹².

Мы полагаем, что указанные этапы разработки программ развития ЖКХ принципиально применимы к любой подсистеме потребительской сферы как объекта управления со стороны органов власти регионов и местного самоуправления.

Проблему использования программно-целевого метода в управлении сферой потребления обстоятельно исследовала Е. Решетникова¹³. Указанный автор отмечает в качестве одной из важнейших целей программно-целевого подхода к управлению сферой потребления достижение научно-обоснованных норм потребления определенных продуктов. Инструменты достижения этой цели: программы развития агропромышленного комплекса, социальное питание в бюджетных учреждениях, адресная помощь малообеспеченным гражданам, создание посреднических центров между сельскохозяй-

¹² Бублик Н.Д., Механизм формирования инновационных программ развития жилищно-коммунального хозяйства / Бублик Н.Д., Шарипова Л.К., Чувилин Д.В. // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2012. – № 12 (48). – С. 35

¹³ Решетникова Е.Г. Программно-целевой метод в стратегическом планировании развития сферы потребления продовольствия // Закономерности развития региональных агропродовольственных систем. – 2015. Т. 1. – № 1. – С. 123-127.

ственными предприятиями, перерабатывающими предприятиями, торговыми сетями¹⁴.

Ю. Шедько обращает внимание на принципы программно-целевого управления безотносительно к его объекту. Применительно к потребительскому сектору экономики регионов актуальными являются следующие принципы¹⁵:

- формирование программ, исходя из долгосрочных стратегических целей системы макро- или мезо- уровня;
- установление для программ количественно измеримых результатов;
- охват программами всех сфер деятельности органов власти и управления (спорная позиция, скорее, речь должны идти о приоритетных сферах развития соответствующих систем. *О.Д.*);
- комплексное применение нормативных актов и финансовых инструментов;
- направленность на достижение конкретных результатов деятельности соответствующих органов исполнительной власти (полагаем, что конкретные результаты должны быть достигнуты для системы, в которой реализуется программа, а не для органов власти. *О.Д.*);
- определение органов власти, ответственных за реализацию программ в целом и ведомственных целевых программ (полагаем, что это не принцип, а его конкретизация в нормативно-правовых документах, обеспечивающих реализацию принципа ответственности исполнителей программ. *О.Д.*);
- наделение органов власти полномочиями, необходимыми и достаточными для реализации программ;
- оценка эффективности программ.

¹⁴ Решетникова Е.Г. – С. 127.

¹⁵ Шедько Ю.Н. Программно-целевой метод как инструмент повышения эффективности территориальных социально-экономических систем / Ю.Н.Шедько // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 44. – С. 27.

Применительно к сфере образовательных услуг Т. Савоськина считает основной проблемой целенаправленное формирование и закрепления у детей комплекса способностей и качеств, позволяющего быть конкурентоспособными в современных практиках¹⁶. Заметим, что в данном определении представлена не проблема, а цель, которую надлежит достигнуть в ходе решения проблемы. Принципиальное отличие цели от проблемы – цель – это то, чего надо достичь, а проблема – от чего избавиться.

В. Самаруха, Т. Сорокина определяют состав преимуществ программно-целевого метода, среди которых можно выделить относящиеся к потребительской сфере региона:

- определение целей программ как совокупности параметров, характеризующих определенное ожидаемое состояние объекта управления;
- возможность комплексного решения приоритетных задач в развитии потребительской сферы региона на основе межотраслевой, межмуниципальной и межрегиональной координации;
- концентрация ограниченного объема ресурсов на реализации наиболее важных направлений финансовой поддержки в долгосрочном периоде в соответствии с программами социально-экономического развития муниципальных образований и региона;
- интеграция средств межбюджетного регулирования и заинтересованных организаций в пространственном и временном аспектах с целью достижения заданного уровня финансовой обеспеченности потребления;
- согласование процедур формирования и реализации целевых программ и бюджетного процесса (планирования, исполнения, учета, отчетности и контроля);

¹⁶ Савоськина Т.Н. Программно-целевой метод управления как условие формирования нового качества образования / Т.Н. Савоськина // Вестник ТОГИРРО. – 2013. – № 1. – С. 66-69.

- обоснование различных сценариев стратегического планирования и соответствующих им целевых программ совершенствования потребительской сферы региона¹⁷.

Программно-целевой подход применим и в системе управления бизнес-структурами, функционирующими в потребительской сфере региона. Прежде всего это относится к сегментам малого и среднего предпринимательства (МСП). Представляют интерес в этом отношении рекомендации И. Нестеренко в отношении взаимодействия органов власти и организация МСП: цели, которые ставят разработчики программ, должны предполагать формирование благоприятных условий для развития малых и средних предприятий. Задачи программ, конкретизирующие направления реализации цели, в основном включают следующие:

- формирование нормативной правовой базы в сфере МСП;
- развитие инфраструктуры поддержки МСП;
- предоставление финансово-кредитной поддержки МСП;
- создание условий для развития инновационного предпринимательства;
- содействие в продвижении товаров (работ, услуг), производимых субъектами МСП, на рынок РФ и рынки иностранных государств¹⁸.

С. Сычанина, Р. Шичиях отмечают, что разработка и реализация крупных государственных национальных программ и проектов имеет длительную историю. С возникновением первого поколения цивилизаций посредством них решались важнейшие экономические задачи, лежащие в сфере исполнения государственных функций: строительство пирамид, дворцов, храмов, ирригационных систем на основе концентрации ресурсов¹⁹. Заметим, что в

¹⁷ Самаруха В.И., Применение программно-целевого метода в финансовом обеспечении бюджетного сектора региона / Самаруха В.И., Сорокина Т.В. // *Baikal Research Journal*. – 2013. – № 3. – С. 1.

¹⁸ Нестеренко И.Ю. Программно-целевое управление развитием малого и среднего предпринимательства на региональном уровне / И.Ю. Нестеренко // *Социум и власть*. – 2016. – № 3 (59). – С. 84-90.

¹⁹ Сычанина С.Н., Программно-целевое управление: генезис и тенденции развития / С.Н. Сычанина, Р.А. Шичиях // *Научный вестник Южного института менеджмента*. – 2013. – ю. – № 4. – С. 37-42.

данном случае имеет место, фактически, тройственная ориентация проектов и программ: достижение социального (храмы), экономического (ирригационные сооружения) или институционального (пирамиды, храмы) эффекта.

Вопросам программно-целевого управления региональными системами уделяют внимание многие исследователи-регионалисты. Его перспективность отмечают А. Александрова, П. Звягинцев, О. Кузнецова, А. Ильичев, В. Лексин, А. Ловидова, А. Швецов, Ю. Любовный, Б. Терехов, М. Шигильчев²⁰,

Программно-целевое управление в настоящее время регулируется документами федерального и регионального уровней²¹. В то же время его формирование в России имеет длительную историю. Так, Л. Угурчиева пишет, что примером применения программно-целевого метода управления является план ГОЭЛРО. Отметим, что его разработка началась до революции 1917 г. Однако, реализован он был в 20-х – 30-х годах XX века. Цели плана включа-

²⁰ Лексин В.Н. Государство и регионы: теория и практика государственного регулирования территориального развития / В.Н. Лексин, А.Н. Швецов. – М.: УРСС, 2007. – 368 с.; Кузнецова О.В. Экономическое развитие регионов: Теоретические и практические аспекты государственного регулирования / О.В. Кузнецова. – М.: ЛИБЕРКОМ, 2009. – 304 с.; Целевые программы развития регионов: рекомендации по совершенствованию разработки, финансирования и реализации / Отв. редактор В. Ю. Любовный и др. – М.: Моск. обществ. науч. фонд, 2000. – 179 с.; Звягинцев П.С. Программно-целевой метод планирования как основа создания новой индустриализации России / П.С. Звягинцев // Вопросы экономики и права. 2013. № 63. С. 41-46; Терехов Б.Н. Исследование опыта реализации целевых программ в Германии и Великобритании / Б.Н. Терехов // Сегодня и завтра российской экономики. – 2014. – №64. – С. 37-42; Шигильчев М.А. Программно-целевой подход в управлении инновационной сферой региона / М.А. Шигильчев //Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2011. – № 6. – С. 29-36. Ильичев А. В. Основы анализа эффективности и рисков целевых программ. Истоки, формализация, реализация / А. В. Ильичев. — М.: Научный мир, 2009. — 352 с.; Ловидова А. Г. Государственные программы: подходы к разработке, реализации и оценке эффективности / А. Г. Ловидова // Финансовый справочник бюджетной организации. — 2010. — № 12. — С. 66–69; Мониторинг социальных программ: практические примеры / А. Л. Александрова [и др.]. — М.: Фонд «Институт экономики города», 2005. — 112 с.

²¹ Федеральный закон № 115 от 20.07.1995 г. «О государственном прогнозировании и программировании социально-экономического развития Российской Федерации»; Постановление Правительства РФ № 594 от 26.06.1995 г. «Порядок разработки и реализации Экономическая политика и хозяйственная практика»; Постановление Правительства РФ № 239 от 19.04.2005 г. (с изм. от 24.05.2010) «Положение о разработке, утверждении и реализации ведомственных целевых программ».

ли в себя: электрификацию всех регионов страны, развитие связей между ними на основе расширения сети транспортных систем²².

В научной литературе имеет место достаточно широкий круг определенных программно-целевого метода. Значительная часть из них может быть в полной мере характеризовать управление региональной потребительской сферой. Так, В. Плотников и Г. Федотова пишут, что одним из наиболее общих является определение его как интегрированного управления определенной программой на системной основе²³. Собственное видение указанных авторов на программно-целевое управление – способ воздействия субъекта управления на объект, вырабатываемый на основе методологии системного анализа²⁴. Полагаем, что методология системного анализа имеет широкий спектр применения, и специфика программно-целевого метода в данном случае отсутствует.

Более конкретное определение указанных авторов, объединяющее его наиболее существенные признаки – управление на системной основе, ориентированное на достижение конкретного конечного результата в решении определенной проблемы, в развитии той или иной сферы или региона и в заранее установленные сроки²⁵. Как видим, авторы выделяют три наиболее значимые признаки метода: конкретность результата, определенность сферы применения, точность достижения результата во времени. Это положение в полной мере характеризует и программно-целевое управление потребительской сферой региона.

Ю. Шедько пишет, что программно-целевой метод позволяет решать фундаментальные задачи социально-экономического развития социально-экономических систем макро- и мезо- уровней: совершенствование террито-

²² Угурчиева Л.М. Программно-целевой метод управления регионом, понятие и особенности / Л.М. Угурчиева // Новая наука: Современное состояние и пути развития. – 2016. – № 6-1. – С. 199-201.

²³ Плотников В.А. Программно-целевой метод в управлении экономикой региона / В.А. Плотников, Г.В. Федотова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – № 7. – С. 4.

²⁴ Плотников В.А. Указ. соч. – С. 3 (с. 2-9).

²⁵ Плотников В.А. Указ. соч. – С. 3.

риальных пропорций, сближение уровней развития административно-территориальных образований, эффективное функционирование рынка ²⁶. Указанный автор отмечает, что общая логика программно-целевого метода строится по схеме: проблема – цели – пути – способы – средства – результаты ²⁷. Отметим, что категориальный аппарат в приведенной схеме не совсем традиционен для описания процесса управления. Полагаем, что целям соответствуют на следующем уровне конкретизации действий задачи; «пути» – это, вероятно, – направления; средства – материальное, финансовое и иное обеспечение; способы – инструменты и/или методы.

Проблемы, отмеченные Ю. Шедько, имеют и теоретический, и практический характер. В их числе: недостаточное использование внешних (по отношению к социально-экономической системе) источников финансирования; недостаточная увязка целей, задач, программных мероприятий; недостаточное внимание к научно-техническому обеспечению программ; слабая координация деятельности субъектов различной институциональной природы. В совокупности отличительных особенностей метода вызывает возражение позиционируемый указанным автором индикативный характер программ ²⁸. Это – их возможная, но не обязательная характеристика. Однако применительно к потребительской сфере регионов индикативный характер программ является, на наш взгляд, их неперенным атрибутом при определении его параметров на мезоуровне. Это не противоречит программно-целевому управлению региональной подсистемой, которая, наряду с подсистемами индикативного управления, может иметь и подсистемы с четко заданными параметрами.

В обобщенном виде в указанном Ю. Шедько перечне проблем, свойственных, в том числе, и потребительской сфере регионов, выделяются три группы:

²⁶ Шедько Ю.Н. Программно-целевой метод как инструмент повышения эффективности территориальных социально-экономических систем / Ю.Н.Шедько // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 44. – С. 24-30.

²⁷ Шедько Ю.Н. Указ. соч. – С. 24.

²⁸ Шедько Ю.Н. Указ. соч. – С. 25.

- институциональные (сотрудничество, координация субъектов различной институционально природы);

- организационные (увязка, целей, задач и пр.);

- связь программ с инновационным развитием региона.

Б. Мозголин определяет программно-целевое управление как метод управления, предполагающий достижение конкретного результата в соответствии с логикой поэтапных действий: построение дерева целей, разработку исполняющей программы, механизма ее реализации, мониторинга, оценки, корректировки²⁹. Обратим внимание на указанные цитированным автором недостатки программно-целевого управления региональным развитием, прямо относящимся к потребительской сфере:

- низкий уровень анализа, прогнозирования и планирования;

- неявное выделение стратегических приоритетов;

- отсутствие механизмов мониторинга и реализации;

- слабая связь между региональным и муниципальным планированием;

- слабая связь различных видов планирования;

- формальное вовлечение заинтересованных лиц в процесс управления³⁰.

Отметим выделенную указанным автором взаимосвязь между стратегическим и программно-целевым управлением. Стратегические приоритеты первичны по отношению к программно-целевому методу управления, поскольку относятся к более высокому уровню. Программы, проекты и иные инструменты программно-целевого управления вытекают из уже обозначенных приоритетов. Поэтому в качестве недостатка следует отметить, прежде всего, слабую связь конкретных программ и механизмов их реализации со стратегическими целями региона. В этой связи полагаем, что программно-

²⁹ Мозголин Б.С. Программно-целевое управление региональным развитием: проблемы и перспективы / Б.С. Мозголин // Известия Томского политехнического университета. Инжиниринг георесурсов. – 2007. – Т. 311. № 6. – С. 51-54.

³⁰ Мозголин Б.С. Программно-целевое управление региональным развитием: проблемы и перспективы / Б.С. Мозголин // Известия Томского политехнического университета. Инжиниринг георесурсов. – 2007. – Т. 311. № 6. – С. 51-54.

целевой метод призван конкретизировать стратегические приоритеты, способствовать достижению стратегических целей.

По мнению Б. Райзберга и А. Лобко, с программно-целевым управлением связано решение проблем социально-экономического развития территорий на основе комплекса мероприятий, позволяющих обеспечить их эффективное решение³¹. Применительно к потребительской сфере региона необходимо обратить внимание на неявный характер проблем, поскольку они возникают за пределами сферы непосредственной ответственности органов власти регионального уровня.

С. Сычанина, Р. Шичиях пишут, что программно-целевое управление социально-экономическим развитием любых систем включает следующие элементы: постановка целей; разработка мероприятий по их достижению; согласование целей и мер по их достижению; мотивация экономических субъектов; ресурсное обеспечение программ, контроль за их выполнением. Программно-целевые методы позволяют составлять планы и программы, реализующие задач и мероприятия, объединенные общими целями и приуроченные к определенному периоду времени³².

По мнению указанных авторов, программно-целевое управление способствует концентрации ресурсов в целях достижения стратегических целей³³. Относительно регулирования следует оговориться, что оно имеет два аспекта – институциональный и организационный. Причем, первый имеет доминирующее значение, поскольку позволяет использовать потенциал интересов и ценностей различных социальных групп. Строго говоря, программно-целевой подход призван обеспечить реализацию доминирующего интереса определенной институциональной группы региона. Это обстоятельство имеет пер-

³¹ Райзберг, Б.А. Программно-целевое планирование и управление: Учебник. / Б.А. Райзберг, А.Г. Лобко – М.: ИНФРА-М, 2002.– 428 с.

³² Сычанина С.Н., Программно-целевое управление: генезис и тенденции развития / С.Н. Сычанина, Р.А. Шичиях // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2013. – № 4. – С. 37-42.

³³ Сычанина С.Н., Программно-целевое управление: генезис и тенденции развития / С.Н. Сычанина, Р.А. Шичиях // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2013. – № 4. – С. 37-42.

востепенное значение для программно-целевого управления потребительской сферой региона, которая формируется как некоторая «усредненная» социально-экономическая подсистема, в которой присутствуют блоки, требующие различного уровня и характера воздействия.

В исследованиях отечественных исследователей, в том числе представляющих воронежскую школу, отмечены выраженные связи уровня социально-экономического, инновационного развития регионов, предрасположенности к тем или иным проектам и программам.

Так, Е. Исаева, Л. Никитина, Ю. Трещевский отмечают взаимосвязи между различными параметрами социально-экономической системы регионов и их институциональных подсистем³⁴.

В. Майорова, Л. Никитина установили прочную взаимосвязь такой институциональной характеристики регионов как «тип экономического поведения» (гедонистический – аскетический) с уровнем производства добавленной стоимости³⁵; сформулировали требования к инструментам реализации стратегий социально-экономического развития регионов³⁶.

М. Литовкин и другие исследователи, продолжая исследования о влиянии типов экономического поведения на социально-экономические процессы в регионах страны, установили тесную зависимость между ними (типами по-

³⁴ Исаева Е.М. Экономическая динамика институциональных подсистем регионов России / Е.М. Исаева, Л.М. Никитина, Ю.И. Трещевский // Современная экономика: проблемы и решения. – 2013. - № 1 (37). – С. 86-97; E. Isaeva Regional scientific and educational complexes of Russia: trends and contradictions of development / E. Isaeva, L. Nikitina // International Symposium Engineering Management and Competitiveness (21-22rd June 2013; Zrenjenin; Serbia) : Proceedings EMC2013. – Zrenjenin: Technical faculty “Mihajlo Pupin”, 2013. – P.169-174.

³⁵ Майорова В.В. Экономический анализ институциональных параметров социально-экономических систем / В.В. Майорова, Л.М. Никитина, Ю.И. Трещевский // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – № 36 (435). – С. 2-11;

³⁶ Майорова В.В. Формирование стратегий на основе экономического анализа институциональных параметров регионов России / В.В. Майорова, Л.М. Никитина, Ю.И. Трещевский // Регион: системы, экономика, управление. – 2016. - №3 (34). – С. 21-29.

ведения) и уровнем инновационного развития административно-территориальных образований³⁷.

В работах М. Табачниковой определены различия во взглядах социальных групп Воронежской области на возможности, угрозы социально-экономическому развитию региона и перспективы различных проектов с участием органов власти и бизнеса³⁸.

Инструментом программно-целевого управления является целевая программа. Целевая экономическая программа – это совокупность направлений, действий, увязанных в пространстве, времени, содержания, ресурсов, исполнителей, ориентированных на достижение единой цели в ходе решения масштабной проблемы в обществе³⁹. Не возражая против необходимости увязки в целевой программе ее пространственных, временных и иных ресурсных составляющих, заметим, что цель заключается в решении не масштабной, а конкретной проблемы, результатом чего является позитивное изменение в определенной области жизнедеятельности региона.

Цели применения программно-целевого управления региональной экономикой и ее подсистемами рассматриваются весьма широко.

³⁷ Трещевский Ю.И. Инновационная деятельность в регионах России с различными типами экономического поведения / Ю.И. Трещевский., М.В. Литовкин // RJOAS: Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. – 2017. – Апрель, 4 (64). – P. 4-11.

³⁸ Tabachnikova M.B. Analysis of economic optimism and pessimism of institutional groups in the region / Tabachnikova M.B., Treschevskiy Y.I., Plugatyreva A.A. // RJOAS: Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. SSUE 6(66), June 2017. pp. 175-184, Crossref DOI: <https://doi.org/10.18551/rjoas.2017-06.20>; Табачникова М.Б. Оценка уровня экономического пессимизма институциональных групп / Табачникова М.Б. // Регион: системы, экономика, управление. – 2016. – № 2 (37). – С. 96-102; Табачникова М.Б. Перспективы реализации проектов социально-экономического развития в оценке институциональных групп региона / М.Б. Табачникова. // Современная экономика: проблемы и решения. – 2017. – № 4 (88). – С. 123-133; Табачникова М.Б. Институциональная среда как фактор социально-экономического развития региона / М.Б. Табачникова // Регион: системы, экономика, управление. – 2017. – № 3 (38). – С. 22-29 (0,55); Maria B. Tabachnikova Public Authorities and Business on the Possibilities of Region's Development / Igor E. Risin, Yuri I. Treshchevsky, Maria B. Tabachnikova, and Galina N. Franovskaya // Overcoming Uncertainty of Institutional Environment as a Tool of Global Crisis Management. Springer. 2017. – P. 55-62.

³⁹ Сычанина С.Н., Программно-целевое управление: генезис и тенденции развития / С.Н. Сычанина, Р.А. Шичих // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2013. – ю. – № 4. – С. 37-42.

Исходя из международной практики реализации целевых программ, в научной литературе отмечаются, преимущественно, цели, связанные с пространственным развитием, структурной трансформацией, созданием высокотехнологичных и экологичных рабочих мест, поддержкой малого бизнеса, инновационным развитием (ФРГ, Япония, Великобритания)⁴⁰.

В СССР программно-целевой метод был использован особенно интенсивно в 1976-1989 годах в процессе планирования и реализации программ «БАМ», «Сибирь» и ряда других. В этих программах в качестве предметов регионального управления рассматривались территориальные проблемы, а основными задачами провозглашались взаимосвязи интересов экономики страны в целом, отраслей, регионов и их функциональных подсистем.

О. Клищ отмечает, что программно-целевой метод управления в регионе упрощает контакты инвестора с региональными органами власти региона, является основой решения региональных проблем, повышения конкурентоспособности региона⁴¹. Данное утверждение совершенно конкретно в его первой части – действительно, наличие программы, участие в ней органов власти и управления являются безусловными требованиями к взаимодействию субъектов управления экономическими и социальными подсистемами региона. Что касается «повышения конкурентоспособности региона», то это может быть стратегической целью региона, но применительно к программно-целевому методу ее формулировка чрезмерно общая. Данный пример демонстрирует один из недостатков теоретической и методической базы реализации программно-целевого метода в регионах страны – нечеткость, количественную неопределенность целей. Цель должна быть определенной и количественно измеримой.

⁴⁰ Третьякова В.Д. Программно-целевой метод в формировании региональной государственной политики / В.Д. Третьякова // Актуальные вопросы современной науки. – 2011. – № 19. – С. 344-345.

⁴¹ Клищ О.С. Программно-целевой метод планирования как инструмент повышения инвестиционной привлекательности региона / О.С. Клищ // Актуальные вопросы экономических наук. – 2008. – № 3-1. – С. 214-218.

Высокую значимость программно-целевого метода в инновационном развитии отмечает Т. Литвинова⁴². Действительно, эта взаимосвязь – инновационного развития региона и программно-целевого управления имеет принципиальное значение, поскольку реализация программ, в которых отсутствуют инновационные компоненты, не имеет смысла и может даже сдерживать экономическое развитие административно-территориальных образований и их подсистем. Как правило, инновационные аспекты развития регионов связываются с управлением производственными подсистемами. Вероятно, это имеет существенное значение. Но, необходимо заметить, что такое «прямое» целеполагание, адресованное производителям, может быть эффективно применено в условиях высокой концентрации ресурсов у государства. Если речь о программно-целевом методе управления в условиях рыночной экономики, то программы поощрения потребления высокотехнологичной продукции могут дать не меньший эффект, чем относительно небольшие прямые государственные инвестиции в высокотехнологичные отрасли.

Программно-целевой метод предоставляет возможности для достижения целей, предусматривающих существенные изменения в социально-экономическом развитии административно-территориальных образований, которых сложно достичь при постановке частных целей в отдельных функциональных и территориальных подсистемах регионов. В то же время, достижение существенного изменения параметров развития региона может быть обеспечено посредством реализации различных проектов и программ. В связи с этим важное значение имеет выбор конкретных подсистем региона, в которых будут реализовываться программы его развития. Сложность программно-целевого подхода заключается в необходимости выбора подсистемы, развитие которой повлечет системные сдвиги в социально-экономической сфере региона.

⁴² Литвинова Т.И. Программно-целевой метод как инструмент стимулирования инновационной деятельности региона / Т.И. Литвинова // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. – 2014. № 4. – С. 382-389.

С. Сычанина справедливо отмечает, что чрезмерное количество программ приводит к распылению ресурсов, ослаблению контроля за их реализацией. Многие программы выполняются неудовлетворительно. Указанный автор относит эти недостатки к плановому периоду развития российской экономики и делает вывод, что из-за низкого качества программ централизованное управление экономикой в целом ухудшалось. В результате и темпы экономического роста, и конкурентоспособность страны снизились ⁴³.

Однако данный недостаток свойственен в еще большей степени современной российской экономике. В. Третьякова справедливо отмечает, что региональные органы власти используют программы и программно-целевой метод в качестве инструмента получения дополнительного финансирования текущих работ ⁴⁴. Вполне понятно, что программы комплексного развития потребительской сферы в этих условиях не могут планироваться и реализовываться в достаточном объеме, поскольку ресурсы необходимы для выполнения функций в зонах прямой ответственности региональных органов власти и органов местного самоуправления.

В современных условиях важное значение для реализации программно-целевого управления в регионах имеют федеральные целевые программы. Обратимся в этой связи к мнениям отечественных ученых. Ф. Панфилов при характеристике программно-целевого метода фиксирует внимание на значимости Федеральных целевых программ ⁴⁵.

О. Алексеева пишет, что Федеральные целевые программы регионального назначения направлены на реализацию общих целей региональной политики. Их особая роль в развитии регионов заключается в решении стратеги-

⁴³ Сычанина С.Н., Программно-целевое управление: генезис и тенденции развития / С.Н. Сычанина, Р.А. Шичих // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2013. – ю. – № 4. – С. 37-42

⁴⁴ Третьякова В.Д. Указ. соч. – С. 347.

⁴⁵ Панфилов Ф.А. Программно-целевой метод решения приоритетных социально-экономических проблем / Ф.А. Панфилов // Вестник Костромского государственного университета. – 2011. – Т. 17. - № 4. – С. 212-214.

ческих задач региональной экономики с помощью активизации инвестиционного процесса ⁴⁶.

Это положение является обоснованным с точки зрения общей постановки вопроса. Федеральных программ много, они являются диверсифицированными по целям, объемам ресурсов, их использование в любом случае является необходимым для регионов страны, поскольку обеспечивает их ресурсами, необходимыми для социально-экономического развития в целом. Но их использование не гарантирует выбора наиболее эффективных точек приложения ресурсов. При ориентации целевых программ на ресурсное обеспечение деятельности органов власти в зоне их прямой ответственности, можно ожидать только фрагментарного решения проблем развития потребительской сферы региона.

На наш взгляд, В. Плотников и Г. Федотова справедливо указывают на следующие недостатки современной российской практики применения программно-целевого метода управления социально-экономическим развитием регионов:

- недостаточная обоснованность приоритетных положений проектов в плане их соответствия стратегическим целям и задачам программы;
- необоснованное завышение объема бюджетных заявок на исполнение программ, превышающее возможности финансирования из бюджета;
- отсутствие вариантов мероприятий, направленных на реализацию программ, в соответствии с объемом имеющихся финансовых ресурсов;
- недостаточность контроля за исполнением региональных программ, особенно в части исполнения приоритетных проектов федерального, регионального и местного уровней ⁴⁷.

⁴⁶ Алексеева О.В. Программно-целевой метод стратегического планирования как условие устойчивого развития туризма в регионе / О.В. Алексеева // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – № 32. – С.3-10.

⁴⁷ Плотников В.А. Указ. соч. – С 7.

Из указанных недостатков в качестве базового положения, предопределяющего весь их состав, необходимо выделить недостаточную обоснованность выбранных приоритетов проектов и программ.

Такую же позицию занимает С. Кохужева, отмечая, что разработка и реализация региональных программ имеет ряд недостатков. В их числе: недостаточная обоснованность проектов программ с позиций формулирования стратегических целей и задач; завышение объема бюджетных заявок; отсутствие вариантов в составе мероприятий, рекомендуемых к реализации; низкий уровень контроля за процессами реализации региональных программ в соответствии с приоритетными проектами федерального, регионального и местного уровней ⁴⁸.

О. Алексеева пишет, что доля региональных и местных бюджетов в финансировании программ обычно невелика – от 5 % до 30 %. Поэтому наибольшая доля финансирования программных мероприятий приходится на внебюджетные источники ⁴⁹. Понятно, что в этих условиях необходим обоснованный выбор таких источников, использование которых позволяет решить и общерегиональные, и частные проблемы инвесторов. Заметим в этой связи, что программно-целевое управление потребительской сферой регионов может представлять для частных инвесторов больший интерес, чем управление производственными подсистемами. В то же время, стимулирование производства, в соответствии с доказанным еще Дж. Кейнсом влиянием объемов и характера потребления на производственные процессы, может оказаться весьма существенным.

О. Высоцкая считает ключевыми проблемами разработки и реализации целевых программ: нечеткость нормативно-правовой базы, определяющей порядок их разработки и внедрения на разных уровнях власти управления; слабую увязку предусмотренных мероприятий в программах различного

⁴⁸ Кохужева С.Н. Программно-целевой метод как инструмент государственного управления социально-экономическим развитием региона / С.Н. Кохужева // Новые технологии. – 2011. – № 4. – С. 171-174.

⁴⁹ Алексеева О.В. Указ. соч. – С. 9.

уровня и функциональной направленности; отсутствие методологической базы; отсутствие унифицированной системы показателей для оценки уровня достижения целей⁵⁰.

К раскрытым выше проблемам программно-целевого управления следует отметить указанную автором слабость его методологической базы. Мы полагаем, что методология программно-целевого управления представлена в широком спектре научных источников, как отечественных, так и зарубежных. Проблема заключается, прежде всего, в ее эффективной адаптации к проблемам управления региональными подсистемами, в том числе – и потребительской сферой.

В. Третьякова, применительно к необходимости использовать программно-целевой метод управления, пишет, что важно учитывать тип страны, то есть объективно сложившийся относительно устойчивый комплекс присущих ей условий и особенностей развития, характеризующий ее роль и место в мировом сообществе на данном этапе всемирной истории»⁵¹. Заметим, что, данное требование является универсальным и не ограничивается страновым уровнем. Не в меньшей степени это имеет значение для регионов, их территориальных и функциональных подсистем. Институциональные особенности регионов определяют и выбор исполнителей программ, и их состав, и систему институциональной координации.

Для решения проблем программно-целевого управления в регионах страны существенное значение имеют организационные аспекты его применения.

Характер целевых программ зависит от поставленных задач. В. Третьякова, ссылаясь на экономические программы Японии, пишет, что они носят индикативный характер, являются средством стимулирования новых науко-

⁵⁰ Высоцкая О.А. Программно-целевой метод в управлении кластерным развитием туристско рекреационного комплекса региона: проблемы и перспективы / О.А. Высоцкая // Стратегия устойчивого развития регионов России. – 2012. – № 10. – С. 51-55.

⁵¹ Третьякова В.Д. Программно-целевой метод в формировании региональной государственной политики / В.Д. Третьякова // Актуальные вопросы современной науки. – 2011. – № 19. – С. 341-349.

емких отраслей. В программах не определяются показатели производства товаров, органы власти не занимаются регулированием производственных процессов⁵². Данное утверждение не является аргументом в пользу исключительно индикативного характера программно-целевого управления. Цель – производство того или иного продукта в конкретном объеме и, тем более, управление производственными процессами, конечно, в программах не предусматриваются. Для каждой программы разрабатываются целевые показатели, которые имеют обязательный характер. Другой вопрос, что данные показатели не всегда достигаются. Но, это отражает качество их планирования, организации, контроля, а не индикативный характер самих программ. Впрочем, вполне возможно и установление точно заданных объемов производства, сроков и других параметров деятельности экономических субъектов, участвующих в реализации программ.

По мнению С. Сычаниной, Р. Шичих в системе предплановых разработок в системе программно-целевого управления имеет значение формирование различного рода целевых программ⁵³. На наш взгляд, формирование целевых программ является инструментом программно-целевого управления и происходит на заключительной стадии собственно планирования.

В. Коломиец отмечает в качестве недостатков реализации целевых программ:

- недостаточное межведомственное взаимодействие;
- низкую обеспеченность квалифицированными кадрами;
- недостаточность доходной части бюджета;
- некорректное планирование⁵⁴.

⁵² Третьякова В.Д. Там же.

⁵³ Сычанина С.Н., Программно-целевое управление: генезис и тенденции развития / С.Н. Сычанина, Р.А. Шичих // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2013. – ю. – № 4. – С. 37-42.

⁵⁴ Коломиец В.В. Анализ эффективности программно-целевого метода бюджетного планирования на основе ведомственных целевых программ / В.В. Коломиец // Вопросы новой экономики. – 2012. – № 3. – С. 64-66.

Мы в полной мере солидарны с мнением указанного автора. Отметим, что три проблемы из четырех имеют организационный характер и только одна – финансовый.

Н. Бублик, Л. Шарипова, Д. Чувиллин отмечают, что при реализации программ создания принципиально новых систем, где основная цель заключается в проверке реализуемости функций системы на основе реализации научно-технических инноваций, необходимо использовать метод «перехода цели в средство на разных уровнях реализации программ». При этом средство верхнего уровня является целью нижнего уровня управления⁵⁵. Данное утверждение представляется нам проблематичным. Жесткая привязка целей нижнего уровня к средствам верхнего не оправдана по сути и по методам решения проблем. Более обоснованным является установление иерархии целей в системе – цели верхнего уровня являются основанием для их конкретизации (установления подчиненных целей) на нижних уровнях системы. В этом случае достигается диалектическая связь – движение от общего к частному.

Вышеуказанное является необходимым, но недостаточным требованием к программно-целевому управлению потребительского рынка в регионе. Реализация указанного подхода требует системности применения инструментов управления региональными экономическими подсистемами. Эту позицию, в частности, отстаивают В. Плотников и Г. Федотова, включая в состав этапов⁵⁶:

- анализ исходных условий и предпосылок для социально-экономического развития региона в определенных сферах деятельности на рассматриваемую перспективу;
- стратегическое прогнозирование социально-экономического развития определенных подсистем региона;

⁵⁵ Бублик Н.Д. Механизм формирования инновационных программ развития жилищно-коммунального хозяйства / Бублик Н.Д., Шарипова Л.К., Чувиллин Д.В. // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2012. – № 12 (48). – С. 35.

⁵⁶ Плотников В.А. Программно-целевой метод в управлении экономикой региона / В.А. Плотников, Г.В. Федотова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – № 7. – С. 2-9.

- подготовку документов стратегического планирования;
- мониторинг развития подсистем региона, в которых реализуется программно-целевой метод управления;
- разработку механизма реализации программ социально-экономического развития соответствующей подсистемы региона.

Указанная этапность может быть положена в основу применения программно-целевого управления регионом и его подсистемами. Однако, следует обратить внимание на различную степень агрегирования действий в отмеченных этапах. В частности, анализ условий развития региона, стратегическое прогнозирование, мониторинг входят в процедуру формирования документов стратегического планирования.

О. Абатуров считает, что программно-целевой метод представляет собой совокупность процедур, свойственных проблемно-ориентированному управлению:

- анализ наиболее важных проблем социально-экономического развития;
- формулирование системной совокупности целей и задач, решение которых исчерпывает проблему;
- определение комплекса мер, направленных на решение проблемы;
- увязка мероприятий во времени;
- согласование мероприятий с целями исполнителей;
- определение состава и объема трудовых, материальных, информационных, финансовых ресурсов, их источников;
- создание эффективного механизма управления реализацией целевых программ⁵⁷.

К рекомендациям указанного автора необходимо добавить, что для вариативного анализа необходима разработка критериев предпочтительности вариантов состава исполнителей. Заметим, что формирование адекватной

⁵⁷ Абатуров О.И. Программно-целевой метод управления как инструмент рыночной экономики / О.И. Абатуров // Власть и управление на Востоке России. – 2007. – № 4. – С. 66-71.

критериальной базы является одним из основных требований к программно-целевому методу.

Т. Авдеева, Т. Барт, Ю. Коробкова отмечают, что в процессе программно-целевого управления каждый субъект отталкивается от уже известного и созданного ранее качественного состояния своего предмета, которое уже не удовлетворяет постоянно растущим потребностям общества и человека⁵⁸. Это обстоятельство важно учитывать с позиций установления параметров, которые характеризуют объект, в нашем случае – регион, в необходимой и достаточной степени. В ином случае, «качественное состояние» будет определено или в недостаточной степени, или в избыточной. И то, и другое создает сложности для формирования инструментария программно-целевого управления объектом. Это тем более важно учитывать в управлении сложными социально-экономическими системами, к которым относятся регионы. В этой связи можно утверждать, что программно-целевое управление на региональном уровне необходимо осуществлять в отношении отдельных подсистем регионов: секторов, отраслей, межотраслевых комплексов, отдельных муниципальных образований, иных территориальных и функциональных подсистем.

В отношении региона в целом наиболее целесообразным является стратегическое управление, не требующее столь высокого уровня детализации параметров, как программно-целевое. В этой связи необходимо обратить внимание на то, что в научной литературе, как правило, речь идет именно о региональных подсистемах⁵⁹. Разумеется, есть и обратные примеры.

⁵⁸ Авдеева Т.В. Программно-целевой метод и ценностные установки субъекта управления качеством / Т.В. Авдеева, Т.В. Барт, Ю.Е. Коробкова // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 11. – С. 947-951.

⁵⁹ Мурцалов А.М. Программно-целевой метод реализации муниципальной политики / А.М. Мурцалов // *Актуальные проблемы экономики, социологии и права*. 2015. № 2. С. 156-159; Воронин Б.А. Программно-целевой метод управления сельским хозяйством РФ / Б.А. Воронин // *Нива Урала*. – 2012. – № 1-2. – С. 30-35; Гоголев И.М. Программно-целевой метод в социально-экономическом развитии сельских территорий региона / И.М. Гоголев, А.А. Абдюшева // *Проблемы региональной экономики* (г. Ижевск). 2015. – № 3-4. – С. 81-87.

Следует обратить внимание на то, что региональные (и национальные) подсистемы, в отношении которых рекомендуется применение программно-целевого метода управления, весьма многообразны.

Для реализации программно-целевого метода управления функциональными подсистемами региона (включая и потребительскую сферу) необходимы, по мнению автора, следующие действия органов государственной власти:

- определение содержания проблемы и необходимости применения для ее решения методов программно-целевого управления;
- установление основных целей, задач и этапов реализации программ;
- определение системы программных мероприятий, направленных на нейтрализацию прогнозируемых негативных эффектов в сфере занятости;
- ресурсное обеспечение программы;
- разработка механизма реализации программы;
- организация управления программой и контроль за ходом ее реализации;
- оценка социально-экономической и экологической эффективности программ;
- формирование паспорта программы.

Обобщение вышеизложенного позволяет сделать следующие выводы о функциях и направлениях совершенствования программно-целевого управления потребительской сферой регионов страны.

Основными функциями программно-целевого управления потребительской сферой региона являются:

- развитие его подсистем, способных обеспечить системные экономические, социальные и институциональные эффекты;
- конкретизация стратегических приоритетов, способствующих достижению стратегических целей развития потребительской сферы;
- концентрация на достижении стратегических целей необходимых ресурсов;

- мотивация агентов экономической деятельности.

Направления совершенствования.

Постановка целей, адекватных состоянию и направлениям развития потребительской сферой как подсистемой региональной экономики:

- выбор конкретных подсистем потребительской сферы региона, в которых будут реализовываться программы ее развития;

- обеспечение направленности программ на объекты (подсистемы) потребительской сферы региона, обеспечивающие развитие системных эффектов;

- обеспечение адекватности постановки целей стратегическим приоритетам развития потребительской сферы региона (отказ от привлечения ресурсов на финансирование текущих работ);

- обеспечение четкости увязки целей различных уровней в соответствии с «деревом» целей;

- постановка четких, количественно измеримых целей;

- связь программ развития потребительской сферы с научно-техническим и инновационным развитием региона.

Институциональное обеспечение:

- развитие сотрудничества, координации субъектов различной институциональной природы;

- повышение степени увязки программ с интересами и ценностями социальных групп;

- обеспечение связи разрабатываемых программ развития потребительской сферы с институциональными особенностями регионов;

- разработка прозрачной процедуры инициирования программ развития потребительской сферы региона его стейкхолдерами.

Организационное обеспечение:

- четкая увязка целей, задач и инструментов реализации программ;

- повышение связи конкретных программ развития потребительской сферы и механизмов их реализации со стратегическими целями региона;

- формирование крупных, количественно ограниченных программ;
- обеспечение увязки мероприятий с объемами финансирования из различных источников;
- использование вариативности программных мероприятий;
- устранение разрывов в реализации функций управления: планирования, организации, контроля, регулирования;
- повышение уровня межведомственного взаимодействия в органах власти, планирующих и реализующих программы.

1.2 Основные направления, задачи и инструменты стратегического управления потребительской сферой региона как основы программно-целевого управления региона

Стратегия экономического развития потребительской сферы товаров и услуг – это система мероприятий, направленных на реализацию долгосрочных целей и задач социально-экономического развития страны с учетом рационального вклада в разрешение данных аспектов, характеризуемого реальными предпосылками и ограничениями их развития⁶⁰.

Стратегия развития имеет как общую цель, так и совокупность стратегических целей для каждой функциональной подсистемы региона.

Основной целью развития социально-экономического развития регионов РФ является улучшение качества жизни граждан.

Исходя из поставленной цели, реализация стратегии требует выполнения обусловленных ими задач. Задачи – это детализация целей относительно различных направлений деятельности. Поэтому их описание имеет большую степень конкретности, чем целей.

Обоснованные нами в разделе 1.1 теоретические положения, характеризующие программно-целевое управление потребительской сферой региона,

⁶⁰Власова М.С. Стратегия экономического развития регионов / М.С. Власова, Е.Г. Головешкина // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. II междунар. студ. науч.-практ. конф. № 3. - URL: sibac.info/sites/default/files/conf/file/stud_3_2.pdf (дата обращения: 14.04.2017)

позволяют сформулировать следующие основные задачи формирования и реализации стратегии в данной функциональной подсистеме:

- 1) Стимулирование развития оптовой и розничной торговли товаров и услуг в регионе.
- 2) Концентрация инвестиционных ресурсов на приоритетных направлениях развития потребительской сферы товаров и услуг.
- 3) Создание благоприятного делового климата.
- 4) Создание необходимых условий для поддержки «слабых» хозяйствующих субъектов.
- 5) Развитие малого и среднего предпринимательства в потребительской сфере региона.
- 6) Развитие инфраструктуры сферы потребления товаров и услуг.
- 7) Развитие инвестиционной привлекательности региона, его функциональных и территориальных подсистем.
- 8) Обоснование прогноза развития региона и его подсистем.

Принципиально данные задачи соответствуют нормативно-правовой базе, регламентирующей порядок стратегического планирования в Российской Федерации и регионах страны⁶¹.

Стратегия развития потребительской сферы товаров и услуг в регионе как элемент региональной стратегии социально-экономического развития, разрабатывается на определенный период, чаще всего на несколько лет вперед и конкретизируется в разных проектах, программах, а также практических действиях по ее реализации.

Существенные затраты труда и времени многих людей, необходимые для создания стратегии, не позволяют ее часто менять или серьезно корректировать. Поэтому она формулируется в достаточно общих выражениях.

⁶¹Федеральный закон от 28 июня 2014 г. N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации" с изменениями и дополнениями от 3.07.2016. - Система ГАРАНТ. – URL: http://base.garant.ru/70684666/1/#block_100#ixzz4eA1hATiW (дата обращения 13.04.2017)

Стоит отметить, что организация и функционирование системы стратегического планирования развития потребительской сферы товаров и услуг в регионе основаны на таких принципах, как ⁶²:

- 1) принцип целостности и единства;
- 2) принцип разграничения полномочий;
- 3) принцип преемственности и непрерывности;
- 4) принцип сбалансированности системы стратегического планирования;
- 5) принцип результативности и эффективности стратегического планирования;
- 6) принцип ответственности участников стратегического планирования;
- 7) принцип прозрачности (открытости) стратегического планирования, реалистичности;
- 8) принцип ресурсной обеспеченности;
- 9) принцип измеримости целей;
- 10) принцип соответствия показателей целям.

Создание стратегии развития региона как отдельного важного документа обусловлено потребностью разработки для исполнительных органов государственной власти удобного и прозрачного инструмента, который дает представление об экономических и территориальных приоритетах развития потребительской сферы товаров и услуг в региональной экономике, а также о применяемых инструментах поддержки развития выбранного направления⁶³.

Стратегия развития конкретной сферы, как составная часть общей стратегии регионального развития, в том числе, – потребительской, в первую очередь, должна быть основана на более глобальных и масштабных документах федерального и регионального уровней, таких как:

⁶² Федеральный закон от 28 июня 2014 г. N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации" с изменениями и дополнениями от 3.07.2016. - Система ГАРАНТ. – URL: / http://base.garant.ru/70684666/1/#block_100#ixzz4eA1hATiW (дата обращения 13.04.2017).

⁶³ Гапоненко А. Л. Стратегическое управление / А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2010. – 464 с.

Закон о стратегическом планировании, Федеральный закон от 28 июня 2014 г. N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями) Принят Закон о стратегическом планировании (СП) в РФ.

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года.

Стратегия пространственного развития РФ.

Стратегия научно-технологического развития РФ.

Стратегия социально-экономического развития конкретного региона.

Стратегия инновационного развития региона.⁶⁴

Построение стратегии развития потребительской сферы товаров и услуг в регионе необходимо проводить согласно следующему алгоритму.

- 1) Постановка целей стратегии развития.
- 2) Выявление состава стейкхолдеров региона, их интересов, целей и задач в реализации стратегии.
- 3) Выявление путей и направлений достижений заявленных целей.
- 4) Анализ способов достижения целей.
- 5) Выявление необходимых ресурсов для реализации стратегии.

⁶⁴ Федеральный закон от 28 июня 2014 г. N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации" с изменениями и дополнениями от 3.07.2016. - Система ГАРАНТ. – URL: / http://base.garant.ru/70684666/1/#block_100#ixzz4eA1hATiW (дата обращения 13.04.2017); Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» (вместе с "Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года"); Постановление Правительства РФ от 20.08.2015 N 870 "О содержании, составе, порядке разработки и утверждения стратегии пространственного развития Российской Федерации, а также о порядке осуществления мониторинга и контроля ее реализации" (вместе с "Положением о содержании, составе, порядке разработки и утверждения стратегии пространственного развития Российской Федерации и подготавливаемых в ее составе предложений о совершенствовании системы расселения на территории Российской Федерации и приоритетных направлениях размещения производительных сил на территории Российской Федерации", "Правилами осуществления мониторинга и контроля реализации стратегии пространственного развития Российской Федерации"); Указ Президента РФ от 01.12.2016 N 642 "О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации"; Закон Воронежской области от 30.06.2010 № 65-ОЗ «О Стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2020 года» (в ред. от 02.03.2015 № 33-ОЗ). – (<http://www.consultant.ru/>).– (дата обращения: 25.04.2017) и др.

б) Разработка методов и инструментов реализации стратегии развития потребительской сферы товаров и услуг в региональной экономике по выбранным направлениям и способов использования ресурсов.

Таким образом, стратегия развития потребительской сферы региона представляет собой комплекс действий, планируемых и реализуемых органами государственной власти региона и местного самоуправления во взаимосвязи с субъектами иной институциональной природы для достижения поставленных долгосрочных целей на основе имеющегося экономического потенциала. Длительность периода реализации стратегии развития потребительской сферы региона требует учета множества воздействующих на нее факторов, которые могут изменяться независимо от действий органов власти административно-территориального образования и хозяйствующих субъектов. Реально возможность такого учета можно обеспечить, разрабатывая различные сценарии реализации стратегии. Как правило, разрабатывается два или три сценария. Мы считаем необходимым использовать три сценария, которые должны учитывать состояние и динамику макроэкономических параметров, прогнозируемых Минэкономразвития на долгосрочный период и установленные им траектории экономического роста, мезоэкономические параметры региона, прогнозируемые на долгосрочный период. В рамках реализации стратегии развития потребительской сферы региона необходимо разрабатывать целевой, базовый и консервативный сценарии.

Целевой сценарий характеризуется траекторией развития, ориентированной на закрепление повышательного тренда развития региона, опорой на существующие и новые конкурентные преимущества региона. Он базируется на открывающихся конкурентных преимуществах региона, учитывает активизацию внутренних факторов развития муниципальных образований, обеспечивающих синергетический эффект воздействия на развитие малого и среднего предпринимательства; направлен на достижение более высоких (чем в базовом сценарии) результатов в уровне жизни населения, инновационный характер развития экономики, интеграцию в национальное и мировое эконо-

мическое пространство. Сценарий требует принятия качественно новых решений со стороны органов власти, принимаемых совместно с предпринимательским сообществом и институтами гражданского общества.

Предполагается полное устранение факторов, формирующих негативные тенденции развития: устранение диспропорций трудовых ресурсов, в том числе структурных; повышение производительности труда и, как следствие, вовлечение в экономику все большего количества высококвалифицированных специалистов; расширение формальной занятости за счет сокращения неформальной; повышение роли нестандартных форм занятости.

Базовый сценарий соответствует траектории роста, ориентированной на закрепление повышательного тренда развития экономики региона, основывается на его существующих и открывающихся конкурентных преимуществах в результате поддержания устойчивого развития экономики, укреплении позиций в макрорегионе и стране в целом, учитывает возможности мобилизации внутренних факторов развития региона, обеспечивающих системное воздействие на процессы развития его потребительской сферы и эффективное функционирование необходимой для нее инфраструктуры.

Консервативный (пессимистический) сценарий соответствует прогнозируемому замедлению динамики экономического роста, связанному с возможным ухудшением экономической конъюнктуры, спадом производства, снижением покупательной способности населения. Он характеризуется экономическими условиями, при которых сохраняются основные административные барьеры, сдерживающие активное развитие потребительской сферы региона; рост показателей носит инерционный характер, обеспечивается за счет сложившейся инфраструктуры, продолжения реализации начатых изменений.

Ориентация на целевой сценарий стратегии развития потребительской сферы региона требует действий органов власти региона по следующим направлениям

1. Повышение эффективности государственного регулирования потребительской сферы. Для реализации выбранного направления представляется целесообразным систематизировать и актуализировать нормативно-правовую базу, регулирующих деятельность экономических субъектов потребительской сферы региона, необходимо:

- совершенствования нормативно-правовой базы (включая разработку и реализацию отраслевых стратегий и программ);

- четкое разграничение полномочий между органами власти регионального уровня и органами местного самоуправления относительно регулирования различных подсистем потребительской сферы;

- совершенствование комплекса мер, обеспечивающих контроль качества и безопасности товаров и услуг, потребляемых в Воронежской области.

Основой нормативно-правовой базы регулирования потребительской сферы региона является Федеральный закон № 381-ФЗ «Об основах регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».⁶⁵

2. Развитие инфраструктуры торговли. Необходимо обеспечить направленность мер государственной политики развития потребительской сферы на обеспечение свободного доступа предпринимателей к торговым площадям, землям, предназначенным для размещения торговых организаций⁶⁶. К инфраструктуре торговли региона мы относим торговые объекты, дороги, склады, сети электроснабжения, элементы инфраструктуры услуг для сектора торговли (логистические компании, дистрибьютеры и оптовые поставщики, организации, рекламные компании, учреждения образования, занимающиеся деятельностью по лицензированию и сертификации).

3. Стимулирование развития и поддержка торговли и услуг в малых и отдаленных населенных пунктах региона. Основными мерами государствен-

⁶⁵ Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016)

⁶⁶ Смирнова О.О. Основы стратегического планирования Российской Федерации // М., ИД "Наука", 2013, - 302 с.

ного влияния на развитие торговли, не предполагающими значительных государственных инвестиций, в экономически слабых районах можно считать:

- проведение классификации районов и населенных пунктов по степени экономической привлекательности для компаний/предпринимателей потребительской сферы;

- предоставление предпринимателям льготных условий, субсидирование затрат в рамках областных целевых программ;

- разработку областных целевых программ с выделением бюджетных средств на развитие сферы услуг в отдаленных населенных пунктах.

4. Обеспечение необходимого уровня конкуренции. В качестве мер, направленных на поддержку конкуренции, необходимо предусмотреть:

- меры по привлечению инвестиционных инвестиций в потребительскую сферу региона;

- государственную поддержку предприятий торговли и оказания услуг;

- активизацию экспортных операций и снижение количества ввозимых товаров;

- совершенствование каналов товародвижения и мероприятия, способствующие внедрению прогрессивных технологий;

- развитие оптовой торговли продовольственными и непродовольственными товарами и использованием современных оптовых систем, распределительных и логистических центров, овощехранилищ, магазинов-складов;

- способствование росту количества современных предприятий розничной торговли;

- организация сферы деятельности мелкорозничной торговли;

- активизация выхода сельхозпроизводителей на потребительский рынок;

- увеличение продажи населению товаров длительного пользования в кредит;

- контроль за динамикой и уровнем цен по различным группам товаров;

- поддержку высокой степени деловой активности в потребительской

сфере региона, включая проведение специализированных региональных выставок, конкурсов, конференций, а также семинаров, ярмарок и т.п.

Также необходимо стимулирование хозяйствующих субъектов отрасли с целью внедрения инновационных форматов торговли⁶⁷:

- развитие современных форматов и методов торговли, оказания услуг; введение в действие новейших информационно-коммуникационных методик и технологий в потребительской сфере региона;

- увеличение масштабов использования на рынке франчайзинга, как современного метода развития торговли;

- стимулирование развития дистанционной торговли;

- вендинговое обслуживание;

- стимулирование развития удаленных каналов продаж;

- развитие продаж в розничной торговле с помощью стимулирования компаний/предпринимателей;

- стимулирование учреждений высшего образования к разработке и внедрению инновационных методик (например, посредством грантов администрации Воронежской области).

5. Поддержка малого и среднего бизнеса. К основным мероприятиям, реализующим данное направление развития потребительской сферы региона, можно отнести:

- помощь в оказании услуг и поддержки малому и среднему бизнесу с использованием потенциала многофункциональных центров;

- помощь экспортоориентированным и инновационным субъектам малого и среднего бизнеса;

- совершенствование системы информации о мерах поддержки малого и среднего бизнеса;

- создание позитивного имиджа предпринимательской деятельности.

6. Снижение кадрового дефицита в отрасли.

⁶⁷ Современные трансформационные экономические и социально - политические процессы: тезисы докладов IV Международной научно-практической конференции (23 - 25 мая 2013 г.). - Абакан: Ред. изд. сектор ХТИ - филиала СФУ, 2013. - 320 с.

Организации, входящие в сферу потребления, на сегодняшний момент испытывают дефицит в кадровых ресурсах, причинами которого являются быстрый рост отрасли и низкий престиж работы в отраслях с низкой квалификацией⁶⁸.

Всех сотрудников потребительской сферы региона целесообразно разделять на три категории:

- низкоквалифицированный персонал (кассиры, продавцы, операторы торговых центров, грузчики, официанты);
- сотрудники средней квалификации (управляющие магазинами, менеджеры продаж, администраторы, руководители отделов);
- топ-менеджмент (высшее руководство).

К основным инструментам снижения дефицита кадров низкой квалификации персонала в фирмах малого, среднего бизнеса, крупных сетевых организациях, признается повышение мотивации персонала.

7. Стимулирование потребительского спроса целесообразно осуществлять посредством следующих мер:

- осуществление социальных и экономических мер поддержки платежеспособного спроса малообеспеченных слоев населения;
- обеспечение эффективной защиты прав потребителей;
- совершенствование форм обслуживания маломобильных категорий населения⁶⁹.

Реализация стратегии должна основываться на следующих принципах:

- сегментирование;
- инновационность деятельности организаций и их сотрудников;
- формирование организационного механизма управления на основе партнерства и доверия.

⁶⁸ Дуракова И.Б. Управление персоналом / ред. И.Б. Дуракова. - М.: ИНФРА-М. – 2014. – 546 с.

⁶⁹ Закон Воронежской области от 30.06.2010 №65-ОЗ «О стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2020 года». – URL: / <http://docs.cntd.ru/document/460176192>

Реализация стратегии развития потребительской сферы региона предполагает решение приоритетных задач, обеспечивающих реализацию стратегии по вышеуказанным направлениям.

Реализация в стратегии комплекса мер, призванных обеспечить развитие потребительской сферы по первому направлению требует решения задачи повышения уровня государственной координации и правового регулирования в данной подсистеме региона.

Механизм реализации данной задачи предусматривает участие в разработке федеральных нормативных актов, регулирующих процесс разработки и реализации стратегии развития потребительской сферы страны и регионов, разработку и реализацию федеральных целевых и ведомственных программ.

Развитие инфраструктуры торговли, как одно из важнейших направлений совершенствования потребительской сферы региона призвано обеспечить повышение доступности товаров и услуг на основе совершенствования организации, пропорционального развития ее (инфраструктуры) элементов в муниципальных образованиях региона. Развитие инфраструктуры торговли обеспечивает одновременно позитивное движение по направлению ее совершенствования в малых населенных пунктах.

Реализацию задачи целесообразно осуществлять посредством следующих мер:

- развитие и совершенствование инфраструктуры и организации розничной торговли, доведение показателя обеспеченности торговой площадью на 1 тыс. человек до 500 кв. метров:
- интегрирование хозяйственной деятельности различных торговых структур в рамках эффективных организационных форм;
- развитие фирменной торговли местных товаропроизводителей;
- разработка и соблюдения схем размещения нестационарных торговых объектов на территориях муниципальных образований региона;
- комплексное развитие предприятий потребительского рынка в отдаленных сельских населенных пунктах;

- активизация электронной торговли;
- приведение деятельности розничных рынков региона в соответствие с требованиями законодательства;
- развитие и совершенствование инфраструктуры и организации общественного питания, особенно – организации питания учащихся образовательных учреждений (100 % охват горячим питанием);
- развитие и совершенствование инфраструктуры и организации бытового обслуживания населения, комплексное развитие бытовых услуг в сельской местности, доведение уровня обеспеченности бытовыми услугами в сельской местности до 7 рабочих мест на 1000 жителей и до 10 – в городской.

Создание и поддержание условий для равной, добросовестной конкуренции представляет собой задачу, решение которой обеспечивает позитивный тренд развития конкурентной среды. Реализация задачи может осуществляться следующими способами:⁷⁰

- содействие развитию конкурентного оптового рынка, предусматривающего: рост числа крупных оптовых структур, выступающих организаторами оптового оборота;
- привлечение владельцев и операторов мелкооптовых рынков к созданию современных объектов оптовой и оптово-розничной торговли в качестве инвесторов;
- оптимизация товаропроводящей системы, уменьшение доли посредников на оптовом рынке;
- декриминализация потребительского рынка, устранение теневого оборота, борьба с контрафактной и фальсифицированной;
- деbüroкратизация процедуры входа на потребительский рынок региона на новых предприятий;
- эффективный контроль поведения хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на рынках товаров и услуг;

⁷⁰ Чудакова Е.А. Качественное развитие сектора розничной торговли как фактор развития конкурентоспособной экономики региона / Е.А. Чудакова // Вестник Воронежского аграрного университета. - №1 (44). – 2015. – С. 102-109.

- формирование доступной для населения региона системы защиты прав потребителей, организация консультативной, юридической помощи потребителям, содействие досудебному урегулированию споров;

- мониторинг качества и безопасности пищевых продуктов, вытеснение с потребительского рынка региона поставщиков некачественных пищевых продуктов;

- широкое и достоверное информирование потребителей через средства массовой информации о высококачественных и безопасных пищевых продуктах и их производителях.

В то же время, развитие конкурентной среды необходимо дополнить решением задачи формирования эффективного механизма социальных гарантий и регулирования цен в сфере социально значимых товаров и услуг. Решение задачи целесообразно осуществлять посредством введения в потребительскую сферу элементов государственного ценообразования: заключения трехсторонних соглашений (органы власти – бизнес-структуры – общественные институты); содействие развитию логистических центров, особенно в части реализации проектов развития агропромышленного комплекса регионов).

Прогрессивное движение по направлениям сокращения кадрового дефицита в потребительской сфере, поддержки малого бизнеса, стимулирования потребительского спроса обеспечивается решением задачи повышения доступности товаров местных производителей в торговые сети региона, создания условий для реализации излишков сельскохозяйственной продукции (крестьянско-фермерских хозяйств, личных подсобных хозяйств граждан).

Реализация задачи может осуществляться посредством следующих мер:

- поддержка местных товаропроизводителей, в том числе в организации ими собственных товаропроводящих сетей (создание межрайонных распределительных складов, баз хранения с условиями для первичной обработки и упаковки);

- развитие фирменной торговли местных товаропроизводителей;

- развитие оптовой рыночной торговли сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием: крупных универсальных торгово-логистических центров по доставке товаров от производителя к продавцу; внедрения в оптовое звено хранения, фасовки и перерабатывающих производств; развития ярмарочной деятельности;

Решение указанных задач развития потребительской сферы региона должна осуществляться в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах. В соответствии с выбранным периодом разрабатывается план мероприятий по реализации вышеуказанных направлений стратегии развития потребительской сферы региона.

Ожидаемыми результатами реализации стратегии развития потребительской сферы региона могут стать:

- повышение позиций, занимаемых регионом в рейтинге субъектов, входящих в состав Российской Федерации;

- повышение эффективности деятельности организаций потребительской сферы в малых и удаленных от регионального центра муниципальных образований региона;

- улучшение материально-технической базы организаций, функционирующих в сфере закупки, переработки и сбыта сельскохозяйственной продукции;

- повышение уровня занятости и качества жизни сельского населения;

- обеспечение товарами и услугами повседневного спроса жителей малонаселенных и труднодоступных населенных пунктов;

- повышение ответственности изготовителей и продавцов за качество выпускаемой и реализуемой продукции;

- снижение количества опасных, некачественных, контрафактных товаров, реализуемых на потребительском рынке региона;

- повышение финансовой устойчивости организаций потребительской кооперации за счет оказания государственной поддержки;

- повышение уровня информированности населения региона в вопросах защиты прав потребителей.

Достижение вышеуказанных результатов обеспечивается посредством согласованных действий подразделений органов власти региона, органов местного самоуправления, бизнес-структур, институтов гражданского общества региона.

Обобщение вышеизложенного позволяет сделать следующие выводы.

К основным направлениям развития потребительской сферы региона в контексте совершенствования стратегического управления, следует отнести:

- повышение эффективности государственного регулирования сектора торговли и услуг;
- развитие инфраструктуры торговли;
- стимулирование развития торговли и услуг в малых и отдаленных населенных пунктах;
- обеспечение необходимого уровня конкуренции;
- поддержка развития малого и среднего бизнеса;
- снижение кадрового дефицита в отрасли;
- стимулирование потребительского спроса.

Каждое из направлений требует решения комплекса задач, стоящих перед органами власти регионального уровня. В их числе решающее значение имеют:

- государственная координация и нормативно-правовое регулирование потребительской сферы региона;
- повышение доступности товаров и услуг для населения региона за счет улучшения организации потребительской сферы, пропорционального развития всех элементов ее инфраструктуры в городских округах и муниципальных районах;
- создание и поддержание условий для равной, добросовестной конкуренции;

- формирование механизма социальных гарантий и регулирование цен в сфере социально значимых товаров и услуг;

- обеспечение доступности товаров местных производителей в торговые сети региона.

Решение указанных задач целесообразно осуществлять посредством специфичных для каждой из них инструментов экономического, организационного и институционального содержания.

Решение указанных задач обуславливает формирование совокупности эффектов, отражающих развитие потребительской сферы в контексте совершенствования стратегического управления регионом.

2. Анализ потребительской сферы регионов России в контексте применения программно-целевого управления

2.1 Программно-целевое управление потребительской сферой в регионах РФ – характеристика объектов и инструментария

Состояние программно-целевого управления потребительской сферой в регионах Российской Федерации требует его исследования во взаимосвязи с состоянием самого объекта управления. В связи с этим рассмотрим динамику основных параметров потребительской сферы регионов РФ. В соответствии с теоретическими положениями, представленными нами в разделе 1.1 настоящей работы, мы использовали для анализа показатели, характеризующие располагаемые и фактически используемые ресурсы потребительской сферы региона (среднедушевые доходы и расходы населения) и совокупность товаров и услуг, предоставляемых населению рыночным сектором экономики регионов. При выборе показателей учтены наиболее значимые и ресурсоемкие товары и услуги, потребляемые российским населением. При этом мы исходим из того, что их состав может быть изменен в зависимости от целей исследования, необходимого уровня конкретизации объекта исследования. С теоретико-методической точки зрения объем анализируемых показателей не имеет существенного значения. Для практических целей это может иметь значение. Однако, мы полагаем, что предложенный в данном разделе способ анализа является необходимым, но недостаточным для разработки механизма программно-целевого управления потребительской сферой региона, в связи с чем в последующих разделах мы расширяем состав показателей, характеризующих потребительскую сферу региона.

В качестве исходной временной точки нами принят 2005 год, характеризующий становление новой экономики, завершившееся высокой экономической конъюнктурой после системного кризиса 90-х годов XX века, но не до-

шедшей еще до стадии перегрева 2007 года. В процессе анализа использованы данные официальной статистики⁷¹.

Для структуризации информационного массива о состоянии потребительского рынка нами принят метод кластерного анализа, теоретические аспекты которого заложены И. Манделем, М. Олдендерфером, Р. Блэшфилдом, И. Хартиганом⁷². Применительно к исследованию регионов метод успешно апробирован в исследованиях О. Голиченко, И. Щепиной, Е. Ковешниковой, Ю. Трещевского, И. Рисина, Л. Никитиной, В. Кругляковой, Е. Исаевой, Д. Трещевского, И. Иголкина, Е. Чудаковой и других исследователей⁷³. В про-

⁷¹ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2005. Стат. сб. / Росстат. – М.: 2005. – С. С. 794-833.

⁷² Мандель И.Д. Кластерный анализ / И.Д. Мандель. – М.: Финансы и статистика. – 1988. – 176 с.; Олдендерфер М.С., Блэшфилд Р.К. Кластерный анализ / Факторный, дискриминантный и кластерный анализ / Под ред. И.С. Енюкова. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 215 с.; Hartigan I.A. Algorithm AS 136: A K-Means Clustering Algorithm / J.A. Hartigan, M.A. Wong // Journal of the Royal Statistical Society Series C (Applied Statistics). – Vol. 28, № 1 (1979). – P. 100-108.

⁷³ Голиченко О.Г. Анализ результативности инновационной деятельности регионов России / О.Г. Голиченко, И.Н. Щепина // Экономическая наука современной России. – 2009. – № 1 (44). – С. 77-95; Голиченко О.Г. Система характеристик для комплексного анализа инновационной деятельности на региональном уровне / О.Г. Голиченко, И.Н. Щепина // Экономическая наука современной России. Экспресс-выпуск. – 2008. – № 1 (13). – С. 89-91; Ковешникова Е.В. Исследование инновационного потенциала региона / Е.В. Ковешникова, И.Н. Щепина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия Экономика и управление. – 2006. – № 1. – С. 44-56; Ковешникова Е.В. Подходы к исследованию инновационной деятельности на региональном уровне / Е.В. Ковешникова, И.Н. Щепина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия Экономика и управление. – 2006. – № 2. – С. 189-194; Иголкин И.С. Методический подход к оценке состояния и динамики экономической структуры регионов России / И.С. Иголкин // Регион: системы, экономика, управление. – 2016. – № 4 (35). – С. 8-16; Исаева Е.М. Экономическая динамика институциональных подсистем регионов России / Е.М. Исаева, Л.М. Никитина, Ю.И. Трещевский // Современная экономика: проблемы и решения. – 2013. – № 1 (37). – С. 86 – 98; Исаева Е.М. Динамика воспроизводимых факторов производства в регионах России – экономический и институциональный аспекты / Е.М. Исаева, Л.М. Никитина, Ю.И. Трещевский // Регион: системы, экономика, управление. – 2013. – № 1 (20). – С. 21-31; Исаева Е.М. Институциональная динамика региональных научно-образовательных систем / Е.М. Исаева, Л.М. Никитина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2013. – № 1. – С. 63-71; Круглякова В.М. Кластерный подход к анализу факторов и условий инвестиционной деятельности в регионах России / В.М. Круглякова, Ю.И. Трещевский // Экономика и управление. – 2011. – № 7 (69). – С. 17-21; Круглякова В.М. Информационное и методическое обеспечение разработки базовых стратегий развития инвестиционной деятельности в регионах РФ / В.М. Круглякова // Регион: системы, экономика, управление. – 2012. – № 1 (16). – С. 65-69; Трещевский Д.Ю. Оценка инновационного развития регионов России на основе группировки по нормализованным статистическим показателям / Д.Ю. Трещевский // ФЭС: Финансы.

цессе анализа мы использовали методический подход вышеуказанных авторов, ряд изложенных ниже положений опубликован нами, в том числе, в соавторстве ⁷⁴.

Для анализа потребительского рынка за 2010- 2015 годы был произведен виртуальный кластерный анализ статистических данных по 11 социально-экономическим показателям для 80 регионов России ⁷⁵. Данные были заключены в статистическую матрицу и нормированы. Анализ производился по показателям, приведенным в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели потребительского рынка.

Показатели	Наименование показателей
Var 1	Среднедушевые доходы населения (руб. в месяц)
Var 2	Потребительские расходы на душу населения (руб. в месяц)
Var 3	Число собственных легковых автомобилей на 1000 человек населения (штук)
Var 4	Потребление мяса и мясопродуктов на душу населения (кг. в год)
Var 5	Потребление молока и молокопродуктов на душу населения (кг. в год)
Var 6	Общая площадь жилых помещений на одного жителя (кв. м.)
Var 7	Оборот розничной торговли на душу населения (руб. в месяц)
Var 8	Объем бытовых услуг на душу населения (руб. в месяц)
Var 9	Объем транспортных услуг на душу населения (руб. в месяц)
Var 10	Объем услуг связи на душу населения (руб. в месяц)
Var 11	Объем коммунальных услуг на душу населения (руб. в месяц)

Переход от абсолютных значений к нормированным произведение по формуле 1.

Экономика. Стратегия. – 2011. – №4. – С. 30-34; Рисин И.Е. Типологизация инновационного развития регионов России на основе поэтапной кластеризации / И.Е. Рисин, Д.Ю. Трещевский // Известия Юго-западного государственного университета. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. – 2011. – №1. – С. 20-27.; Чудакова Е.А. Организационные аспекты создания региональных промышленных кластерных образований / Е.А. Чудакова, С.В. Вандышева, Е.И. Рыжков // Экономика и управление в машиностроении. - 2016. - № 1. - С. 13-17.

⁷⁴ Трещевский Ю.И. Экономико-статистический анализ муниципальных образований Воронежской области – пространственно-функциональный аспект / Трещевский Ю.И., Дзюбенко О.Б., Терзи И.В., Трунова Д.С. // Регион: системы, экономика, управление. – 2017. – № 2 (37). – С. 25-35.

⁷⁵ Ограничение количества регионов связано с тем, что по части регионов современной Российской Федерации отсутствуют сопоставимые данные за указанный период.

$$x_{\text{норм } i} = \frac{x_i - x_{\text{min}}}{x_{\text{max}} - x_{\text{min}}}, \quad (1)$$

где: $x_{\text{норм } i}$ – нормированное значение i -го показателя, x_i – значение нормированного показателя, x_{min} – минимальное значение соответствующего показателя в выборке, x_{max} – максимальное значение соответствующего показателя в выборке.

Анализ показал, что в исследуемом периоде достаточно определенно выделились пять виртуальных кластеров, ранжированных по суммам нормированных значений показателей от максимального к минимальному (А, Б, В, Г, Д). В то же время, анализ статистических характеристик кластеров показал, что по числу собственных автомобилей, потреблению мяса и мясопродуктов, потреблению молока и молокопродуктов, площади жилых помещений на одного жителя, объему коммунальных услуг на душу населения данные в 2005 году малозначимы (таблица 2) В последующем значимость показателей существенно повысилась.

Таблица 2 – Дисперсионный анализ показателей, характеризующих потребительскую сферу регионов

Данные дисперсионного анализа		
Показатель	F-критерий	Значимость (P)
Var1	33,94941	0,000000
Var2	69,13317	0,000000
Var3	2,87883	0,093739
Var4	0,42709	0,515342
Var5	0,01665	0,897659
Var6	0,83363	0,364040
Var7	71,86481	0,000000
Var8	18,67709	0,000045
Var9	49,65565	0,000000
Var10	67,51909	0,000000
Var11	1,24520	0,267898

В процессе дальнейшего исследования мы приняли во внимание не только результаты статистической обработки данных, но и удаленность 2005

года от современного периода. В исследовании динамики потребительской сферы с позиций экономической истории вышеуказанные данные представляют интерес. Однако в управленческом аспекте они – малозначимы.

В связи с этим для дальнейшего анализа нами приняты показатели 2010-2015 годов по данным официальной статистики ⁷⁶. Этот период представляет интерес в различных смыслах. Во-первых, в это время существенно менялась экономическая конъюнктура – 2010 год характеризовался посткризисным ростом, 2013 год отмечен нейтральной экономической конъюнктурой; в 2014 году начался период экономических санкций и контрсанкций; 2015 год – результаты экономических санкций и контрсанкций в полной мере сказались на статистически фиксируемых показателях экономики регионов страны. Во-вторых, в этот период начала формироваться современная экономическая политика, включая и ее программную часть. В-третьих, начался переход к проектному управлению, являющемуся неотъемлемой частью программно-целевого подхода.

Вид дендрограмм по каждому из изучаемых годов показал, что в России в течение всего анализируемого периода достаточно отчетливо и статистически достоверно выделяются пять кластеров регионов, характеризующихся особенностями состояния параметров потребительской сферы.

Формирование групп регионов проведено нами изначально на основе анализа статистических характеристик кластеров с использованием критерия Фишера (F) и критерия значимости средних значений и совокупности конкретной позиции (P), который демонстрирует достаточный уровень значимости средних значений (таблица 3). Как видно из данных, представленных в таблице 3, все показатели в течение всего периода являются статистически значимыми, средние значения характеризуют их в достаточной мере.

В соответствии с методическим подходом вышеуказанных авторов нами выделены: ядра кластеров, включающие регионы, входящие в кластеры в каждой точке замеров на протяжении всего анализируемого периода; субъект-

⁷⁶ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016. Стат. сб. /Росстат. – М.: 2016. – С. С. 228 – 231; 268 – 269; 284 – 287; 302 – 303; 901 – 902; 980 – 993.

ра, включающие регионы, входящие в соответствующие кластеры в трех временных точках; периферию – регионы, вошедшие в любой из кластеров хотя бы в одном году.

Таблица 3 – Дисперсионный анализ кластеров по годам

Показатель	2010 год		2013 год		2014 год		2015 год	
	F	P	F	P	F	P	F	P
Var1	41,58211	0,000000	20,70247	0,000000	37,40840	0,000000	53,67906	0,000000
Var2	26,00886	0,000000	22,88700	0,000000	20,81372	0,000000	26,68521	0,000000
Var3	7,08394	0,000068	15,26832	0,000000	6,70619	0,000114	8,21461	0,000015
Var4	6,70988	0,000113	14,36563	0,000000	6,49499	0,000152	6,72712	0,000111
Var5	10,69835	0,000001	16,60939	0,000000	11,93419	0,000000	14,42120	0,000000
Var6	21,43908	0,000000	22,28563	0,000000	17,75998	0,000000	16,04008	0,000000
Var7	15,67753	0,000000	11,21570	0,000000	13,44625	0,000000	17,20325	0,000000
Var8	29,70944	0,000000	4,62711	0,002154	27,36546	0,000000	22,62824	0,000000
Var9	34,60436	0,000000	43,01157	0,000000	95,29955	0,000000	52,52384	0,000000
Var10	22,65578	0,000000	12,07454	0,000000	13,74935	0,000000	18,96010	0,000000
Var11	33,27399	0,000000	20,69442	0,000000	28,51147	0,000000	29,11932	0,000000

Состав кластера А в исследуемом периоде времени представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Состав кластера А по годам

Кластер А			
2010	2013	2014	2015
г. Москва	г. Москва	г. Москва	г. Москва
-	Московская область	-	-
Мурманская область	Мурманская область	-	-
г. Санкт-Петербург	г. Санкт-Петербург	-	-
Тюменская область	-	-	-
-	Свердловская область	-	-
<i>Республика Саха (Якутия)</i>	<i>Республика Саха (Якутия)</i>	<i>Республика Саха (Якутия)</i>	-
Камчатский край	Камчатский край	Камчатский край	Камчатский край
<i>Приморский край</i>	<i>Приморский край</i>	<i>Приморский край</i>	-
Хабаровский край	Хабаровский край	Хабаровский край	Хабаровский край
Магаданская область	Магаданская область	Магаданская область	Магаданская область
Сахалинская область	Сахалинская область	Сахалинская область	Сахалинская область
Чукотский автономный округ	-	Чукотский автономный округ	Чукотский автономный округ

Ядро кластера А составляют 5 регионов, которые стабильно удерживаются в нем на протяжении всего анализируемого периода: Москва, Камчатский, Хабаровский края, Магаданская и Сахалинская области.

В субъядро входят: Республика Саха и Приморский край, которые входили в кластер А в 2010-2014 гг., а в 2015 году перешли в кластеры Б и В соответственно, а также Чукотский АО, выбывший из кластера А в 2013 году в кластер В, и вернувшийся в него в 2014-2015 гг.

Стоит отметить, что в 2013 году в кластер А входило больше регионов, чем в последующие годы. Московская, Мурманская, Свердловская области и город Санкт-Петербург утратили свое положение в наиболее развитом кластере.

В таблице 5 представлены средние нормированные значения показателей кластера А по годам. Графическая интерпретация кластера – на рисунке 1.

Таблица 5 – Средние нормированные значения показателей кластера А

Кластер А				
Показатели	2010	2013	2014	2015
Var1	0,558117	0,543845	0,652509	0,751032
Var2	0,508500	0,521585	0,504829	0,589067
Var3	0,577898	0,594784	0,536826	0,516680
Var4	0,471074	0,590909	0,489437	0,407143
Var5	0,452696	0,511234	0,344608	0,297665
Var6	0,613636	0,667420	0,654908	0,559464
Var7	0,493392	0,539123	0,464791	0,554335
Var8	0,530783	0,367607	0,594399	0,585529
Var9	0,578805	0,672363	0,792762	0,771402
Var10	0,469983	0,428355	0,485862	0,538057
Var 11	0,588183	0,573638	0,679447	0,693718
Сумма средних нормированных	5,843069	6,010864	6,200377	6,264091

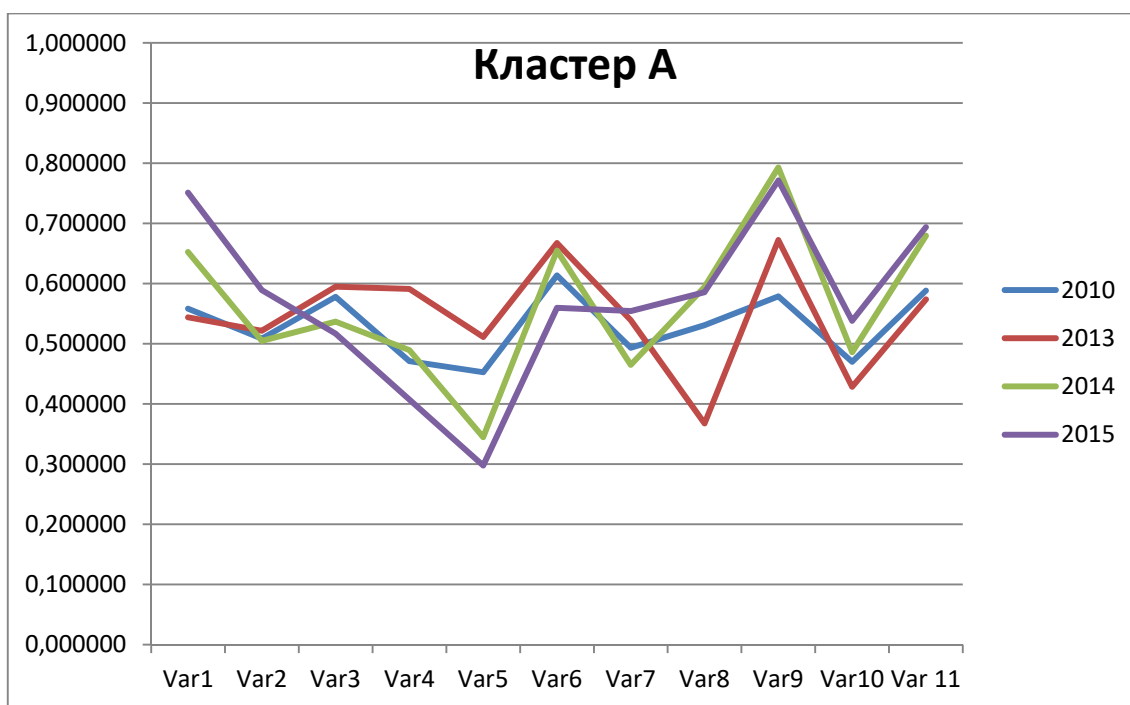


Рисунок 1– Средние нормированные значения показателей кластера А

Отметим, что в 2010 году сумма средних нормированных значений в кластере имеет значение 5,84, что выше значения кластера Б на 27,2%.

В 2010 году кластер А имел самые высокие средние нормированные значения большинства показателей среди всех кластеров. Исключения составляют: «потребление мяса и мясопродуктов» (Var4), «потребление молока и молокопродуктов» (Var5), «общая площадь жилых помещений» (Var6) и «объем бытовых услуг» (Var8). Таким образом, можно считать, что кластер А довольно развит, с высокими среднедушевыми доходами и расходами, с довольно большим оборотом розничной торговли и высокими показателями услуг связи, коммунальных и транспортных услуг.

В 2013 году сумма средних нормированных значений показателей в кластере А возрастает до 6,01, что увеличивает разрыв между кластерами А и Б до 44,8%. В 2013 году увеличиваются средние нормированные значения показателей потребления молочной и мясной продукции, при этом кластер А становится лидером по потреблению мяса и мясопродуктов. Несмотря на снижение среднего нормированного значения Var 8 «объем бытовых услуг» с 0,53 до 0,36, кластер А по-прежнему опережает другие кластеры по данно-

му показателю. Это связано со значительным снижением показателя Var 8 в кластере Б (более чем в 2 раза) по сравнению с 2010 годом. Значения показателя Var 9 «объем транспортных услуг» в 2013 году также увеличилось. Значения остальных показателей изменились незначительно. Таким образом, период повышения экономической конъюнктуры с 2010 по 2013 год привел к относительному улучшению положения кластера А, но структура потребительского рынка данного кластера изменилась в сторону роста потребления продуктов питания. Это характеризует изменения, скорее, количественные, чем качественные.

В 2014 году сумма средних нормированных значений показателей кластера А возросла до 6,20. Произошло значительное сокращение средних нормированных значений показателей Var 4 « потребление мяса и мясопродуктов» и Var 5 «потребление молока и молокопродуктов». По сравнению с 2013 годом они уменьшились, соответственно, на 20,4% и 50%. Среднее нормированное значение показателя «объем бытовых услуг» (Var 8) значительно возросло (по сравнению с 2013 – с 0,36 до 0,59). Однако кластер А по данному показателю занимает лишь второе место, уступая кластеру Б. По сравнению с 2013 годом возросли средние нормированные значения показателей услуг связи (Var10), транспортных (Var 9) и коммунальных услуг (Var11). По показателю Var 7 (оборот розничной торговли) произошло некоторое уменьшение среднего нормированного значения (с 0,53 до 0,46). Таким образом, можно считать, что в 2014 году произошли качественные изменения потребительского ранга кластера А – смещение потребления в сторону услуг за счет на фоне относительного роста среднедушевых доходов и потребительских расходов. Отметим, что в 2014 году последствия санкций и контрсанкций не проявились в полной мере.

Сумма средних нормированных значений показателей кластера А в 2015 году несколько повысилась (с 6,20 до 6,26). Продолжилось падение показателей «потребление молока и молокопродуктов» (Var 5), «потребление мяса и мясопродуктов» (Var 4). Значение показателя «общая площадь жилых поме-

щений» (Var6) относительно уменьшилось. При этом, нельзя считать его уменьшение результатом изменения структуры кластера, поскольку оно произошло не в 2015 году, а в 2014. Произошло увеличение показателей «среднедушевые доходы» (Var1) и «расходы на душу населения» (Var2), по которым кластер А на протяжении всего периода исследования занимает лидирующие позиции. По показателям услуг Var8-Var11 не произошло значительных изменений в 2015 году по сравнению с 2014. Отметим, что кластер А уступил в 2015 году кластеру Б по объему бытовых услуг (Var 8).

В общем и целом мы видим кластер с высокими среднедушевыми доходами и расходами на душу населения, развитой сферой услуг, высоким оборотом розничной торговли, нестабильным потреблением продуктов питания (мяса и мясопродуктов, молока и молокопродуктов), относительным увеличением в 2014-2015 гг. бытовых услуг, услуг транспорта и связи.

В соответствии с вышеприведенными характеристиками кластера А обратим внимание на постановку стратегических целей в Стратегии социально-экономического развития Хабаровского края до 2025 года ⁷⁷. Выбор региона, как и в остальных кластерах осуществлялся по двум критериям: принадлежность региона к ядру и минимальное значение евклидова расстояния до центра кластера.

Необходимо отметить, что Стратегия включает в качестве одного из компонентов стратегической цели рост реальных доходов населения, который мы относим к одной из важнейших характеристик потребительского рынка. То есть, один из параметров, характеризующих потребительский рынок, находится в центре внимания региональных органов власти. Следует отметить, что данный показатель является высоким и постоянно растущим в кластере А.

В составе рисков развития по инерционному сценарию отмечены:

⁷⁷ Постановление Правительства Хабаровского края от 13 января 2009 г. N 1-пр «О Стратегии социального и экономического развития Хабаровского края до 2025 года (в ред. постановления Правительства Хабаровского края от 26.05.2011 N 158-пр)/ <https://khabkrai.ru/officially/Gosudarstvennye-programmy/Dokumenty-strategicheskogo-planirovaniya/146062> (дата обращения 04.01.2018 г.)

- относительная неразвитость и малый масштаб рынка недвижимости (как жилой, так и коммерческой) в крае (площадь жилых помещений на одного жителя – среднеразвитый и неустойчивый показатель развития потребительского рынка в кластере);

- низкий уровень развития новых форматов торговли, городской инфраструктуры, общественного питания, индустрии досуга и культурно-просветительской сферы (динамика оборота розничной торговли в кластере неустойчива).

В составе планируемых макроэкономических показателей отмечен объем услуг связи. Как было показано выше, объем услуг связи является среднеразвитым в данном кластере, но растущим. То есть, внимание к данному параметру потребительского рынка является оправданным и реализуемым на практике.

В составе показателей развития отраслей экономики названы: объем оборота розничной торговли и услуг связи.

В составе мер реализации стратегии названы меры по обеспечению населения доступным жильем (развитие базы жилищного строительства, обеспечение земельными участками, развитие ипотеки, решение проблемы переселения граждан из ветхого и аварийного жилья и др.)

В составе инвестиционных проектов значительная часть ориентирована на развитие коммунальной инфраструктуры (газификация, строительство водозаборных сооружений, развитие сетей водоснабжения, водоотведения, реконструкция тепловых сетей, реконструкция схем электро- и теплоснабжения.

В то же время в Стратегии не отражены важные для реализации программно-целевого метода положения:

- отсутствуют характеристики региона, отражающие предпосылки, задачи развития потребительского рынка региона в рамках инновационного сценария;

- уровень развития потребительского рынка отсутствует в составе сильных, слабых сторон, возможностей и угроз, что можно расценивать как недостаточное внимание, уделяемое данному сектору экономики;

- в рамках экономического содержания инновационного сценария параметры потребительского рынка отсутствуют;

- в составе инструментов достижения стратегических целей только «развитие малого и среднего предпринимательства, снижение уровня административных барьеров, препятствующих вхождению на рынок, содействие развитию предпринимательских структур» можно расценивать как проявление внимания к потребительскому рынку;

- в составе приоритетов экономической и социальной политики развитие потребительского рынка отсутствует;

- в составе задач внешнеэкономической деятельности развитие потребительского рынка отсутствует.

- в составе приоритетных секторов развития региона потребительский сектор отсутствует.

В Стратегии края до 2030 года⁷⁸ появились в качестве приоритетов: сервисный сектор (инжиниринг, торговля, телекоммуникации, туризм, недвижимость, управление, финансовые услуги); развитие средств связи и информационно-коммуникационных технологий.

В качестве приоритетов формирования комфортного пространства для жизни и развития человеческого капитала отмечено комфортное жилье и коммунальные услуги.

Развитие транспортной инфраструктуры направлено на диверсификацию транспортного сообщения и, соответственно, повышение доли транспортных услуг в потреблении населения (доля транспортных услуг достаточно высока и растет в кластере А).

К числу государственных программ Хабаровского края, направленных на развитие потребительского сектора можно, с известной степенью условности, отнести программы жилищного строительства и развития транспортной инфраструктуры.

⁷⁸ Стратегия социально-экономического развития Хабаровского края на период до 2030 года) <http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect> (дата обращения 04.01.2018 г.)

Таким образом, можно отметить возрастание внимания к таким подсистемам потребительской сферы как транспорт, связь, жилищное строительство. В то же время, системный подход к формированию потребительской сферы в модельном регионе кластера А, отсутствует.

Следующий по уровню развития потребительской сферы – кластер Б. Его состав представлен в таблице 6.

Таблица 6 – Состав кластера Б по годам

Кластер Б			
2010	2013	2014	2015
Белгородская область	Белгородская область	Белгородская область	Белгородская область
Воронежская область	Воронежская область	Воронежская область	Воронежская область
-	Калужская область	-	-
<i>Курская область</i>	<i>Курская область</i>	<i>Курская область</i>	-
Липецкая область	Липецкая область	Липецкая область	Липецкая область
<i>Московская область</i>	-	<i>Московская область</i>	<i>Московская область</i>
-	Орловская область	-	-
-	Рязанская область	-	-
-	Смоленская область	-	-
-	Тверская область	-	-
-	Ярославская область	-	-
-	Республика Карелия	-	-
Тамбовская область	-	-	-
Республика Коми	Республика Коми	Республика Коми	Республика Коми
-	-	Мурманская область	Мурманская область
Архангельская область	-	-	-
-	Вологодская область	-	-
Калининградская область	Калининградская область	-	-
-	Новгородская область	Новгородская область	-
-	-	г. Санкт-Петербург	г. Санкт-Петербург
-	Псковская область	-	-
-	Республика Адыгея	-	-
Краснодарский край	Краснодарский край	Краснодарский край	Краснодарский край
-	Астраханская область	-	-
Волгоградская область	Волгоградская область	-	-
Ростовская область	Ростовская область	Ростовская область	Ростовская область
-	Республика Северная Осетия-Алания	-	-
-	Ставропольский край	Ставропольский край	-
Республика Башкортостан	Республика Башкортостан	Республика Башкортостан	Республика Башкортостан

Окончание таблицы 6

Республика Татарстан	Республика Татарстан	Республика Татарстан	Республика Татарстан
Пермский край	-	-	-
-	Нижегородская область	Нижегородская область	-
-	Нижегородская область	Нижегородская область	-
-	-	-	Республика Саха (Якутия)
-	Пензенская область	-	-
-	Самарская область	-	-
-	Саратовская область	-	-
-	Ульяновская область	-	-
-	Челябинская область	-	-
Красноярский край	Красноярский край	-	-
Томская область	-	-	-
-	Иркутская область	-	-
-	Кемеровская область	-	-
-	Новосибирская область	-	-

Как видно из данных, представленных в таблице 6, кластер Б по своему составу чрезвычайно неустойчив. Ядро кластера составляют 8 регионов: Белгородская, Воронежская, Липецкая, Ростовская области, республики Коми, Башкортостан, Татарстан, Краснодарский край.

Субъядро составляют: Курская область, которая в 2015 году перешла в находящийся ниже по уровню развития кластер В; Московская и Свердловская области, которые в период резких изменений в 2013 году перешли в кластер А, но в 2014 году снова закрепились в кластере Б.

Стоит обратить внимание на резкое увеличение кластера Б по составу в 2013 году по сравнению с 2010 годом. В его состав вошли 23 новых региона, преимущественно, из кластеров В и Г. Однако, уже в 2014 году эти регионы вернулись в кластеры В и Г.

В 2014-2015 годах наблюдается массовый переход регионов в кластеры с более низким уровнем развития потребительского рынка. Так, в кластер Б из кластера А перешли Республика Саха(Якутия), г. Санкт-Петербург, Мурманская область, из кластера Б в кластер В – Курская, Новгородская, Нижегородская области и Ставропольский край. Значительная часть регионов, представлявших в 2013 году кластер Б, перешла в кластеры Г и Д.

Средние нормированные значения показателей кластера Б представлены в таблице 7, его графическая интерпретация – на рисунке 2.

Таблица 7 – Средние нормированные значения показателей кластера Б

Кластер Б				
Показатель	2010	2013	2014	2015
Var1	0,263931	0,228392	0,346440	0,388035
Var2	0,332316	0,299236	0,400524	0,461684
Var3	0,539910	0,501898	0,531242	0,519823
Var4	0,492064	0,485328	0,529930	0,539560
Var5	0,592655	0,554373	0,609069	0,641724
Var6	0,640701	0,764685	0,773390	0,629687
Var7	0,380771	0,384566	0,445092	0,513834
Var8	0,617600	0,280350	0,710390	0,692805
Var9	0,213176	0,163849	0,247392	0,285908
Var10	0,190590	0,201371	0,253022	0,269996
Var 11	0,334078	0,292149	0,460693	0,446187
Сумма	4,597791	4,156197	5,307183	5,389243

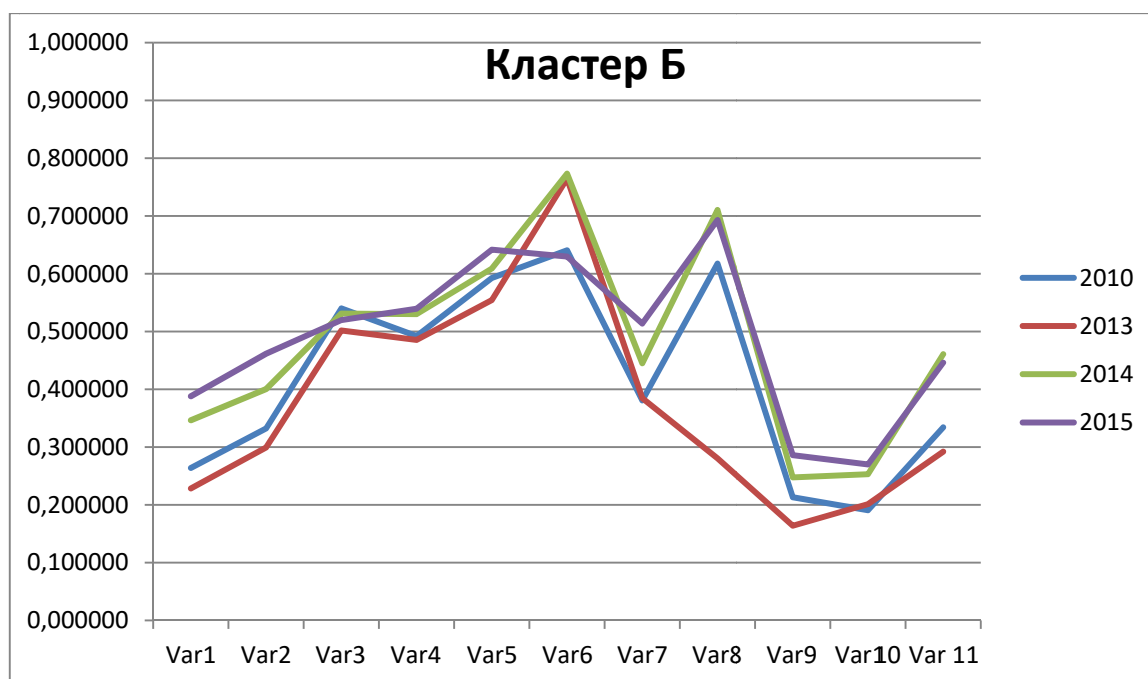


Рисунок 2 – Средние нормированные значения показателей кластера Б

В 2010 году кластер Б практически в 2 раза отставал от кластера А по нормированным значениям среднедушевых доходов (Var 1). Его наиболее слабые характеристики – объемы транспортных услуг (Var 9) и услуг связи

(Var 10). Однако, по ряду показателей он превышал кластер А и занимал лидерские позиции среди всех кластеров (средние нормированные значения потребления мяса и мясопродуктов (Var 4) и бытовых услуг (Var 8)).

За счет притока большого числа регионов из кластеров В и Г в 2013 году в кластере Б наблюдался значительный рост среднего нормированного значения площади жилых помещений на одного жителя (Var 6) – на 19,5% по сравнению с 2010 годом. Далее, в период с 2013 по 2015 годы кластер Б занимал лидерскую позицию по данному критерию.

Однако, в 2013 году наблюдается резкое снижение доли бытовых услуг в структуре потребительской сферы, в 2014-2015 гг. значение данного показателя снова резко увеличилось. Значительный рост в 2014-2015 гг. произошел по показателю потребления коммунальных услуг. Заметим, что объем коммунальных услуг в значительной степени обусловлен внешними для пользователя факторами, прежде всего – изменением тарифов.

Следует обратить внимание на довольно сильное снижение среднего нормированного значения общей площади жилых помещений на одного жителя (Var 6) в период 2014-2015 гг., практически произошло возвращение к результатам 2010 года. Можно полагать, что данное снижение обусловлено, прежде всего, изменением спроса на жилье, поскольку состав регионов кластера Б в 2010 и 2015 гг. существенно различаются.

Обратимся к модельному региону кластера Б – Липецкой области.

Стратегия социально-экономического развития Липецкой области до 2030 или до 2035 года в настоящее время не разработана. В связи с этим обратимся к соответствующей стратегии до 2020 года, реализуемой в настоящее время.

Необходимо отметить, что Стратегия включает в качестве одного из компонентов стратегического анализа рассмотрение сильных, слабых сторон, возможностей и угроз потребительской сферы региона.

В результате в Стратегии сформирована достаточно обоснованная система целей, включающая следующие позиции:

- улучшение, развитие и совершенствование торгового и бытового обслуживания населения;
- увеличение объемов и расширение рынка торговых и бытовых услуг, обеспечение их доступности для населения и гарантии качества, развитие бытового обслуживания населения в сельской местности;
- привлечение инвесторов к созданию современной потребительской сферы области;
- обеспечение стабильного функционирования потребительской сферы области;
- обеспечение доступности потребительской сферы для всего населения области путем реализации социальных программ;
- создание условий для осуществления предпринимательской, инвестиционной и иной деятельности в потребительской сфере области.

В качестве одной из сильных сторон региона указано участие в федеральных программах, направленных на повышение обеспеченности населения комфортным жильем.

Также сформулирован комплекс целей и задач развития жилищно-коммунального хозяйства, транспортного комплекса, связи.

В то же время в Стратегии не отражены важные для реализации программно-целевого метода положения:

- в результате подробного стратегического анализа указанных подсистем потребительской сферы ни одна из названных в нем позиций не нашла отражения в итоговом SWOT-анализе, то есть, фактически ее параметры не приняты во внимание как значимые для региона;
- отсутствуют характеристики региона, отражающие предпосылки, задачи развития потребительской сферы региона в рамках инновационного сценария;
- в качестве инструментов развития потребительской сферы можно считать четко сформулированными: поддержку малого и среднего бизнеса, участие в программах ипотечного кредитования;
- в индекс качества жизни из всего спектра показателей, характеризую-

щих потребительскую сферу, включены только среднедушевые доходы и обеспеченность жильем;

- в качестве результатов достижения целей социально-экономического развития отмечены из состава показателей потребительской сферы только повышение доступности жилья;

- в составе индикаторов Стратегии имеют прямое отношение к поставленным целям и задачам: обеспеченность жильем, удовлетворенность населения качеством коммунальных услуг, уровень потребления населением продуктов питания (в том числе – молокопродуктов, мясопродуктов), количество перевезенных пассажиров.

Таким образом, можно зафиксировать в модельном регионе кластера Б повышенное внимание к таким сегментам потребительской сферы как жилье, коммунальные услуги, транспортные услуги, потребление мясо-молочных продуктов.

Установлены нормативы минимальной обеспеченности населения площадями торговых объектов.

Среди программ социально-экономического развития Липецкой области прямое отношение к потребительской сфере имеют: обеспечение населения жильем и объектами ЖКХ; развитие транспортной инфраструктуры.

Обратим внимание на состояние кластера В, который в известной степени компенсирует изменения пространственной структуры кластера Б. Состав регионов кластера В представлен в таблице 8.

Таблица 8 – Состав кластера В по годам

Кластер В			
2010	2013	2014	2015
Брянская область	Брянская область	Брянская область	Брянская область
Владимирская область	Владимирская область	Владимирская область	Владимирская область
Ивановская область	Ивановская область	Ивановская область	Ивановская область
<i>Калужская область</i>	-	<i>Калужская область</i>	<i>Калужская область</i>

Окончание таблицы 8

Костромская область	Костромская область	Костромская область	Костромская область
-	-	-	Курская область
Орловская область	-	-	Орловская область
Рязанская область	-	-	Рязанская область
Смоленская область	-	-	Смоленская область
-	<i>Тамбовская область</i>	<i>Тамбовская область</i>	<i>Тамбовская область</i>
Тверская область	-	-	Тверская область
Тульская область	Тульская область	Тульская область	Тульская область
Ярославская область	-	-	-
Республика Карелия	-	-	Республика Карелия
-	<i>Архангельская область</i>	<i>Архангельская область</i>	<i>Архангельская область</i>
Вологодская область	-	-	Вологодская область
-	-	-	Калининградская область
Ленинградская область	-	-	-
Новгородская область	-	-	Новгородская область
Псковская область	-	-	-
<i>Республика Адыгея</i>	-	<i>Республика Адыгея</i>	<i>Республика Адыгея</i>
Астраханская область	-	-	-
-	-	Волгоградская область	Волгоградская область
Республика Северная Осетия – Алания	-	-	-
Ставропольский край	-	-	Ставропольский край
-	<i>Пермский край</i>	<i>Пермский край</i>	<i>Пермский край</i>
Нижегородская область	-	-	Нижегородская область
-	-	-	Пензенская область
<i>Самарская область</i>	-	<i>Самарская область</i>	<i>Самарская область</i>
Ульяновская область	-	-	Ульяновская область
-	<i>Тюменская область</i>	<i>Тюменская область</i>	<i>Тюменская область</i>
<i>Челябинская область</i>	-	<i>Челябинская область</i>	<i>Челябинская область</i>
-	-	-	Республика Бурятия
-	-	-	Красноярский край
Иркутская область	-	-	-
Кемеровская область	-	-	-
-	-	-	Приморский край
Амурская область	Амурская область	Амурская область	Амурская область
Еврейская автономная область	Еврейская автономная область	Еврейская автономная область	Еврейская автономная область
-	Чукотский автономный округ	-	-

Ядро кластера В составляют 7 регионов: Брянская, Владимирская, Ивановская, Костромская, Тульская, Амурская области и Еврейская АО, которые на протяжении всего анализируемого периода сохраняли свои местоположение в кластере. Субядро формируют 2 группы областей. Первая группа – Калужская, Челябинская области и республика Адыгея. В 2013 году эти ре-

гионы поднялись в более высокий кластер Б, но позже вернулись в исходное положение. Вторая группа – Тамбовская, Архангельская, Тюменская области и Приморский край в 2010 году находились в кластере Б, но с 2013 по 2015 год стабильно занимают место в кластере В.

По численности регионов кластер В крайне неустойчив. В 2013 году 21 регион из кластера В перешли, преимущественно, в кластер Б, находящийся выше по уровню развития потребительской сферы. В период 2013-2014 годов состав регионов относительно стабилен. Ранее вышедшие регионы вернулись в кластер В в 2015 году, когда в полной мере проявились изменения, характерные для периода санкций и контрсанкций. На этот момент его состав стал насчитывать 32 региона. Средние нормированные значения показателей потребительской сферы кластера В представлены в таблице 9, их графическая интерпретация – на рисунке 3.

Таблица 9 – Средние нормированные значения показателей кластера В

Кластер В				
Показатели	2010	2013	2014	2015
Var1	0,184231	0,317869	0,263945	0,252658
Var2	0,245447	0,304871	0,308433	0,324133
Var3	0,494228	0,396365	0,467766	0,508954
Var4	0,363636	0,271396	0,297535	0,341964
Var5	0,503753	0,308935	0,335784	0,387038
Var6	0,675854	0,721532	0,725460	0,626727
Var7	0,298062	0,386824	0,357712	0,378998
Var8	0,323078	0,337221	0,471741	0,409241
Var9	0,111273	0,200422	0,168342	0,153832
Var10	0,169839	0,233063	0,217290	0,217985
Var 11	0,314629	0,382974	0,399548	0,350191
Сумма	3,684030	3,861472	4,013555	3,951721

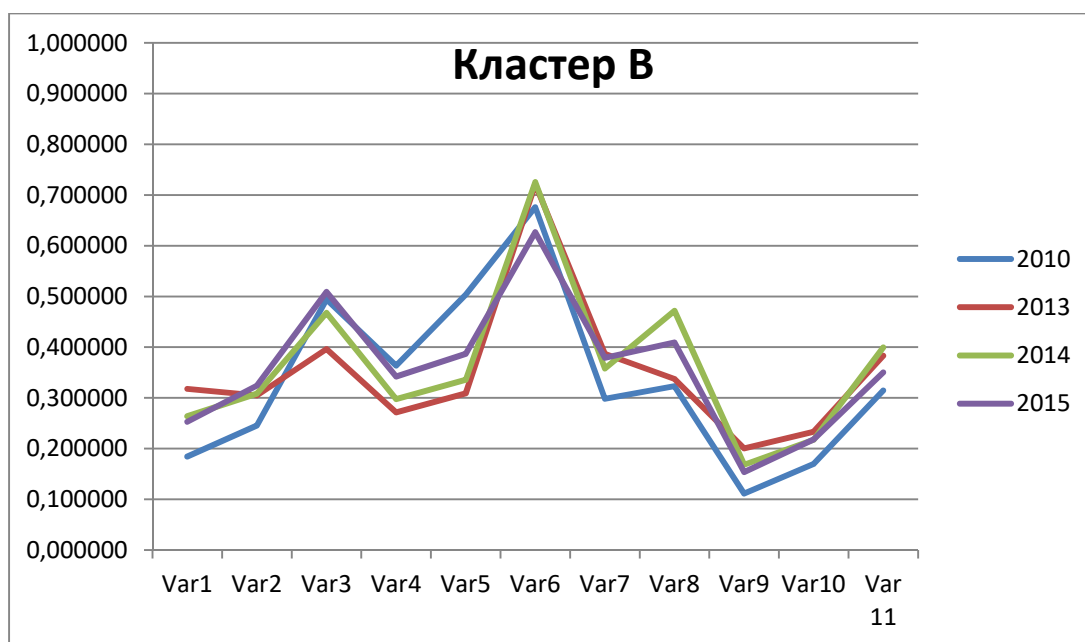


Рисунок 3 – Средние нормированные значения показателей кластера В

В 2010 году кластер В находился в лидирующем положении среди всех кластеров по общей площади жилых помещений (Var 6). По большинству показателей кластер был близок к кластеру Г. Наиболее слабыми позициями кластера В в 2010 году были: среднедушевые доходы на душу населения (Var 1), объем транспортных услуг (Var 9) и услуг связи (Var 10).

В 2013 году произошло сближение кластера В с кластером Б по ряду показателей. Обращает на себя внимание существенный рост средних нормированных значений показателя «среднедушевые доходы населения» (Var 1) и объема транспортных услуг на душу населения (Var 9). Причем, Var1 в 2013 году стал выше, чем в кластере Б.

К существенным изменениям следует отнести снижение среднего нормированного значения показателей, отражающих потребление мясомолочной продукции в 2013 году.

Наибольшим показателем 2014 года также является общая площадь жилых помещений (Var6), по которому кластер занял 2 место, уступая только кластеру Б.

Существенно возросли: число собственных легковых автомобилей (Var 3) в 2014 году по сравнению с 2013 и объем бытовых услуг (Var 8).

Однако, в 2014 году кластер В становится аутсайдером по потреблению мяса и мясопродуктов (Var 4), уступая, в том числе и кластеру Д, и отставая от кластера Б, лидирующего по данному показателю, на 79,3%.

По сравнению с 2013 годом в 2014 году наблюдалось некоторое снижение средних нормированных значений показателя «среднедушевые доходы».

В 2015 году, с возвращением значительного числа регионов в кластер В, наблюдается незначительное снижение суммы средних нормированных (с 4,01 до 3,95). Это позволяет считать данный кластер стабильным по состоянию происходящих в потребительской сфере процессов. Об этом же свидетельствует форма графика средних нормированных значений показателей за 2010-2015 гг.

Следует обратить внимание на повышение значения показателей, характеризующих число собственных легковых автомобилей (Var3) и потребление мясо-молочной продукции (Var 4, Var 5).

Динамика показателей, характеризующих среднедушевые доходы населения (Var1) и объемы транспортных услуг (Var 9) нестабильная, сами значения показателей – невысоки.

Показатель, характеризующий площадь жилых помещений на одного жителя, в кластере довольно высок, но в 2015 году произошло его некоторое снижение.

Модельный регион кластера В – Амурская область. Анализ Стратегии социально-экономического развития Амурской области до 2025 года ⁷⁹ позволяет сделать следующие выводы.

Оптовая и розничная торговля, транспорт, связь отмечены в качестве основных отраслей, аккумулирующих наибольшее количество занятого населения.

В качестве важнейших факторов, характеризующих социально-экономическое развитие региона, названы: размер получаемых доходов, обес-

⁷⁹ Постановление Правительства Амурской области от 13 июля 2012 года N 380 «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Амурской области на период до 2025 года (в редакции постановлений Правительства Амурской области от 06.03.2014 N 123, от 09.10.2014 N 618, от 30.03.2015 N 127) /<http://docs.cntd.ru/document/961723123> (дата обращения 04.01.2018 г.)

печенность жильем, степень развитости и доступность жизнеобеспечивающих инфраструктур (транспортной, коммунальной, социальной, бытовой).

Потребительская сфера выделена в качестве отдельной экономической подсистемы региона. В структуре потребительской сферы выделены: оборот розничной торговли, обеспеченность торговыми площадями, сфера общественного питания.

В составе индикаторов социально-экономического развития отмечены:

- оборот розничной торговли;
- объем платных услуг;
- индекс потребительских цен.

В составе стратегических целей только одна прямо относится к развитию потребительской сферы – рост денежных доходов населения.

Состав задач, связанных с потребительской сферой, более широк и включает:

- газификацию области;
- строительство жилья;
- повышение уровня благоустройства жилья.

В то же время, потребительская сфера не указана в составе:

- основных направлений развития региона (и макрорегиона);
- конкурентных преимуществ;
- возможностей региона;
- ограничений и угроз.

В составе основных программ, реализующих указанную Стратегию, названы:

- программы строительства жилья;
- программы развития ЖКХ;
- программы развития транспортной инфраструктуры.

Таким образом, как и при анализе стратегии и программ социально-экономического развития модельных регионов иных кластеров, в Амурской области заметна несбалансированность различных подсистем программно-целевого подхода.

Один из аутсайдеров по уровню развития потребительской сферы – кластер Г. Его состав представлен в таблице 10.

Таблица 10 – состав кластера Г по годам

Кластер Г			
2010	2013	2014	2015
-	-	Орловская область	-
-	-	Рязанская область	-
-	-	Смоленская область	-
-	-	Тверская область	-
-	-	Ярославская область	Ярославская область
-	-	Республика Карелия	-
-	-	Вологодская область	-
-	-	Калининградская область	-
-	Ленинградская область	Ленинградская область	Ленинградская область
-	-	Псковская область	Псковская область
Республика Калмыкия	Республика Калмыкия	Республика Калмыкия	Республика Калмыкия
-	-	Астраханская область	Астраханская область
Кабардино-Балкарская Республика	Кабардино-Балкарская Республика	-	-
Карачаево-Черкесская Республика	Карачаево-Черкесская Республика	-	-
-	-	Республика Северная Осетия – Алания	Республика Северная Осетия - Алания
Республика Марий Эл	Республика Марий Эл	Республика Марий Эл	Республика Марий Эл
Республика Мордовия	Республика Мордовия	Республика Мордовия	Республика Мордовия
Удмуртская Республика	Удмуртская Республика	Удмуртская Республика	Удмуртская республика
Чувашская Республика	Чувашская Республика	Чувашская Республика	Чувашская республика
Кировская область	Кировская область	Кировская область	Кировская область
Оренбургская область	Оренбургская область	Оренбургская область	Оренбургская область
Пензенская область	-	Пензенская область	-
<i>Саратовская область</i>	-	<i>Саратовская область</i>	<i>Саратовская область</i>
-	-	Ульяновская область	-
Курганская область	Курганская область	Курганская область	Курганская область
<i>Республика Алтай</i>	<i>Республика Алтай</i>	-	<i>Республика Алтай</i>
<i>Республика Бурятия</i>	<i>Республика Бурятия</i>	<i>Республика Бурятия</i>	-
Республика Хакасия	Республика Хакасия	Республика Хакасия	Республика Хакасия
Алтайский край	Алтайский край	Алтайский край	Алтайский край
<i>Забайкальский край</i>	<i>Забайкальский край</i>	-	<i>Забайкальский край</i>
-	-	Красноярский край	-
-	-	Иркутская область	Иркутская область
-	-	Кемеровская область	Кемеровская область
<i>Новосибирская область</i>	-	<i>Новосибирская область</i>	<i>Новосибирская область</i>
Омская область	Омская область	Омская область	Омская область
-	<i>Томская область</i>	<i>Томская область</i>	<i>Томская область</i>

Из данных, представленных в таблице 10 видно, что ядро кластера Г составляют 11 регионов, которые стабильно удерживаются в нем на протяжении анализируемого периода: республики Калмыкия, Мордовия, Удмуртская, Марий Эл, Чувашская, Хакасия, Алтайский край, Омская, Кировская, Курганская и Оренбургская области.

Субъядро составляют 6 регионов. Саратовская и Новосибирская области, которые в 2013 году выбыли из состава кластера Г и вошли в состав более сильного по сумме средних нормированных значений кластера Б. В 2013 году в состав кластера вошла Томская область в составе кластера, оставшись в нем до 2015 году включительно. Республика Алтай и Забайкальский край были в составе кластера Г в течение всего периода, за исключением 2014 года, когда они попали в состав кластера Д. Шестой регион субъядра – Республика Бурятия в 2015 году перешла в состав кластера В.

В 2014 году наблюдается увеличение числа регионов в кластере Г, при этом в 2015 году происходит обратный процесс, многие регионы, попавшие в состав кластера Г в 2014 году, перешли в другие кластеры.

Средние нормированные значения кластера Г представлены в таблице 11, его графическая интерпретация – на рисунке 4.

Таблица 11 – Средние нормированные значения показателей кластера Г

Кластер Г				
Показатели	2010	2013	2014	2015
Var1	0,131578	0,135202	0,179263	0,158494
Var2	0,183770	0,195213	0,238481	0,233759
Var3	0,470145	0,419899	0,501716	0,460924
Var4	0,427888	0,491742	0,449824	0,442236
Var5	0,731668	0,700465	0,575000	0,594147
Var6	0,517162	0,572809	0,718367	0,543369
Var7	0,230646	0,288843	0,280518	0,281865
Var8	0,302009	0,193712	0,340030	0,269937
Var9	0,096180	0,112155	0,128118	0,107564
Var10	0,155034	0,157186	0,185828	0,171619
Var 11	0,221192	0,223327	0,321723	0,235567
Сумма средних нормированных	3,467273	3,490551	3,918868	3,499479

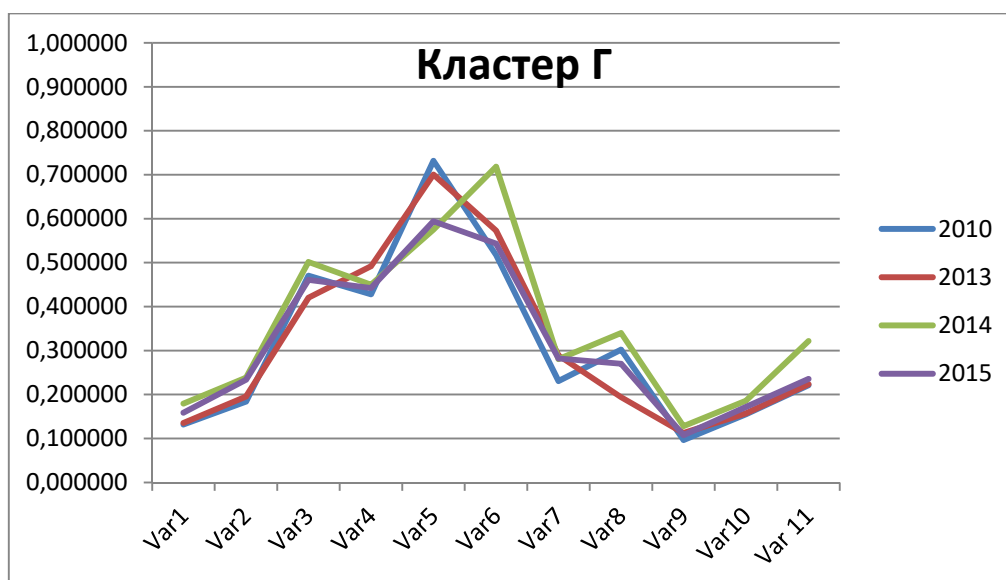


Рисунок 4 – средние нормированные значения показателей кластера Г

Из данных, представленных в таблице 4, можно видеть, что в 2010 году сумма средних нормированных значений в кластере Г принимает значение 3,46, что несколько ниже, чем в ближайшем к нему кластере В. В то же время, данное значение практически в два раза выше, чем в следующем за ним кластере Д.

К относительно сильным сторонам кластера Г в 2010 году можно отнести «потребление молока и молокопродуктов» (Var 5) и «потребление мяса и мясопродуктов» (Var 4). Среднее нормированное значение первого равно 0,73, что выше, чем в кластере В на 46%. По второму показателю (Var 4) кластер Г опережает более сильный по сумме средних нормированных кластер В на 16,6%.

Наиболее слабые стороны кластера Г в 2010 году – «объем транспортных услуг» (Var 9) и «объем услуг связи» (Var10). По этим показателям он занимает последнее место среди кластеров. Таким образом, кластер Г можно определить на начало анализируемого периода как кластер с наибольшим потреблением молочной продукции на душу населения и самыми низкими показателями услуг связи и транспортных услуг.

В 2013 году сумма средних нормированных значений практически не изменилась. Сильные позиции кластера Г в 2013 году сохранились, и к ним добавился показатель «число собственных легковых автомобилей» (Var 3),

по которому среднее нормированное значение в кластере Г совпало со значением показателя в кластере В. Слабые позиции также сохранились, при этом снизилось среднее нормированное значение «объема транспортных услуг» (Var 8) по сравнению с 2010 годом. Также в 2013 году вырос показатель, характеризующий потребление мяса и мясопродуктов.

Сумма средних нормированных значений показателей, характеризующих потребительскую сферу регионов кластера Г в 2014 году, повысилась с 3,49 до 3,91. В 2014 году в кластере Г происходит небольшое снижение среднего нормированного значения по показателю потребления мясной продукции (Var 4). Наблюдается довольно значительное снижение среднего нормированного значения показателя «потребление молока и молокопродуктов». Данный показатель снизился с 0,7 до 0,57, что привело к потере лидирующей позиции по данному показателю. Также в 2014 году произошло значительное увеличение показателя Var 6 «общая площадь жилых помещений на одного жителя» (он увеличился с 0,57 до 0,71, что позволило кластеру Г подняться до уровня кластера В. В 2013 году кластер Г занимал лишь 4 место по рассматриваемому показателю. В итоге, 2014 год для кластера сопровождался снижением показателей, характеризующих потребление мясной и молочной продукции и увеличение среднего нормированного значения площади жилых помещений на душу населения.

В 2015 году происходит сокращение суммы средних нормированных значений кластера Г до уровня 2013 года, что есть до 3,49. В 2015 году можно наблюдать уменьшение среднего нормированного значения показателя «общая площадь жилых площадей на одного жителя» (с 0,71 в 2014 году до 0,59 в 2015 г.). Это возвращает кластер Г на четвертое место в структуре кластеров по данному показателю. Объем потребления молока и молокопродуктов остается на уровне 2014 года. На протяжении всего анализируемого периода в кластере Г происходят незначительные колебания показателей услуг связи, транспортных и коммунальных услуг. В 2013 их средние нормирован-

ные значения неизменны, в 2014 увеличиваются. В итоге их среднее нормированные значения незначительно увеличивается.

В качестве модельного региона кластера Г принята Удмуртская республика. Довольно парадоксально, но в Стратегии социально-экономического развития Удмуртской Республики⁸⁰ на период до 2025 года нет целей, задач, параметров, характеризующих потребительскую сферу региона.

Учитывая, что разработка Стратегии осуществлялась внешней по отношению к региону организацией, обратимся к Республике Хакассия, имеющей незначительные отличия от Удмуртской Республики по величине евклидоваго расстояния в кластере Г⁸¹.

В качестве проблем социально-экономического развития региона, относящихся к потребительской сфере, отмечены: низкий уровень доходов и недостаточная обеспеченность населения жилым фондом. Заметим, что первая из названных позиций действительно характерна для данного кластера. Что касается обеспеченности жилым фондом, то это – одна из относительно сильных сторон кластера. Таким образом, можно отметить недостаточно четкую идентификацию проблем социально-экономического развития региона, относящихся к его потребительской сфере.

В составе результатов реализации Стратегии отсутствуют показатели, связанные с развитием потребительской сферы.

Задача обеспечения жильем сформулирована в рамках концепции развития строительного комплекса, а обеспечения населения транспортными услугами – в системе совершенствования транспортного комплекса.

В составе задач присутствует развитие жилищно-коммунального хозяйства.

⁸⁰ Стратегия социально-экономического развития Удмуртской Республики на период до 2025 года / <http://udmark.ru/upload/iblock/12a/straterg2025.pdf> (дата обращения 04.01.2027 г.)

⁸¹ Постановление Правительства Республики Хакассия от 25 октября 2011 года N 700 «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Республики Хакассия до 2020 года (в редакции Постановлений Правительства Республики Хакассия от 28.08.2012 N 571, от 03.06.2014 N 254, от 24.10.2014 N 541, от 09.11.2016 N 553) / <http://docs.cntd.ru/document/424072049> (дата обращения 04.01.2028 г.)

Вне связи с системой целей сформулирована задача развития потребительской сферы, реализацию которой призваны обеспечить задачи:

- оптимальное размещение сети объектов потребительской сферы;
- формирование социально ориентированной системы торгового обслуживания;
- развитие инфраструктуры потребительского рынка и услуг;
- развитие конкуренции в потребительской сфере;
- обеспечение безопасности и качества производимых и реализуемых товаров и услуг общественного питания.

В числе индикаторов, характеризующих параметры потребительской сферы только один – общая площадь жилых помещений (нестабильный по величине, но довольно высокий показатель в системе потребительской сферы регионов кластера Г).

В составе государственных программ, связанных с совершенствованием потребительской сферы: программы жилищного строительства и жилищно-коммунального хозяйства (программа «Чистая вода»).

Таким образом, в модельных регионах кластера имеет место явная недооценка значения потребительской сферы для социально-экономического развития административно-территориальных образований.

Самый малый по количеству входящих в него регионов – кластер Д. Его состав представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав кластера Д по годам

Кластер Д			
2010	2013	2014	2015
Республика Дагестан	Республика Дагестан	Республика Дагестан	Республика Дагестан
Республика Ингушетия	Республика Ингушетия	Республика Ингушетия	Республика Ингушетия
-	-	Кабардино-Балкарская Республика	Кабардино-Балкарская республика
-	-	Карачаево-Черкесская Республика	Карачаево-Черкесская республика
Чеченская Республика	Чеченская республика	Чеченская Республика	Чеченская республика
-	-	Республика Алтай	-
Республика Тыва	Республика Тыва	Республика Тыва	Республика Тыва
-	-	Забайкальский край	-

Ядро кластера Д составляют 4 региона, которые стабильно удерживаются в нем на протяжении анализируемого периода: республики Дагестан, Ингушетия, Чеченская и Тыва.

В кластере Д нет регионов, которые можно было бы включить в субъядро, однако в 2014 году в составе кластера появляются два новых региона (Кабардино-Балкарская Республика и Карачаево-Черкесская Республика), перешедших из кластера Г, которые сохранились в нем до 2015 года включительно. Также 2014 год можно считать годом с максимальным количеством регионов (в состав кластера вошли 4 новых региона, увеличив его состав в 2 раза): Республика Алтай и Забайкальский край. Эти регионы вошли в кластер Д в 2014 году из кластера Г, но в 2015 снова вернулись в состав кластера Г.

Средние нормированные значения кластера Д представлены в таблице 13, его графическая интерпретация – на рисунке 5.

Таблица 13 – Средние нормированные значения показателей кластера Д

Кластер Д				
Показатели	2010	2013	2014	2015
Var1	0,112702	0,120265	0,119228	0,107599
Var2	0,101661	0,118883	0,140189	0,157145
Var3	0,186151	0,164744	0,279351	0,190716
Var4	0,149351	0,172297	0,302817	0,192857
Var5	0,427966	0,410646	0,547059	0,531128
Var6	0,096467	0,155280	0,279141	0,182580
Var7	0,142429	0,204852	0,171712	0,193325
Var8	0,112028	0,162521	0,265127	0,270812
Var9	0,129037	0,156600	0,115381	0,107087
Var10	0,207022	0,163698	0,178631	0,156520
Var 11	0,033347	0,050459	0,154902	0,091235
Сумма	1,698160	1,880245	2,553536	2,181004

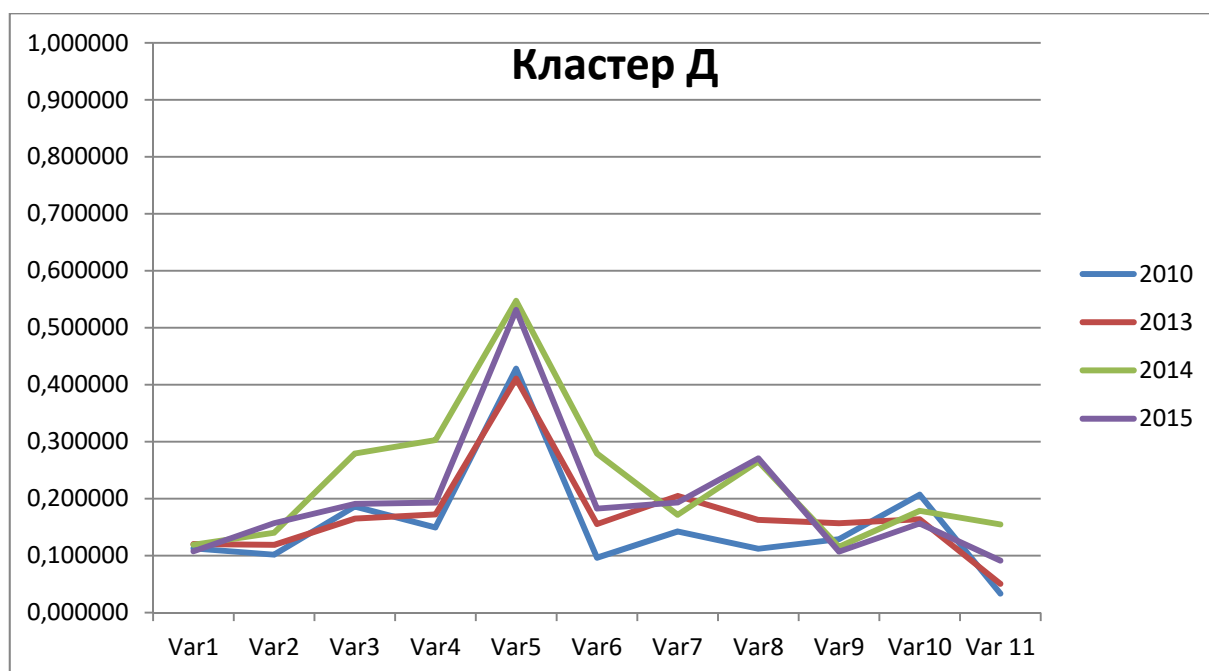


Рисунок 5 – средние нормированные значения показателей кластера Д

Как видим, в 2010 году сумма средних нормированных значений показателей в кластере Д принимала значение 1,69 – вдвое ниже, чем в кластере Г. К относительно сильным позициям кластера Д можно отнести следующие показатели в 2010 году: «объем услуг связи» (Var 10) и «потребление молока и молокопродуктов» (Var 5). По показателю Var 5 кластер Д имеет среднее нормированное значение равное 0,42, что ниже, чем у остальных кластеров, однако это самый высокий показатель внутри кластера Д в 2010 году. По показателю «объем транспортных услуг» среднее нормированное значение кластера Д выше, чем в кластерах В и Г, а по «объему услуг связи» среднее нормированное значение кластера Д опережает все кластеры, за исключением кластера А. Все остальные показатели можно отнести к слабым позициям кластера Д (последние места по средним нормированным значениям).

В 2013 году ситуация меняется незначительно. Сумма средних нормированных значений возрастает в кластере Д с 1,69 до 1,88, но двукратное отставание от ближайшего кластера Г сохранилось. Незначительные изменения происходят и в значениях отдельных показателей. Произошло увеличение показателей Var 6, Var 7, Var 8 и Var 9, но это не влияет на изменение по отношению к другим кластерам, по первым трем показателям кластер Д также

занимает последнее место, но по показателю Var 9 «объем транспортных услуг» он уступил кластеру Б, хотя в 2010 опережал его.

В 2014 году произошел значительный рост суммы средних нормированных значений по отношению к 2013 году. Сумма средних нормированных значений показателей повысилась с 1,88 до 2,55. В 2014 наблюдалось значительное повышение показателей «число собственных автомобилей на 1000 человек населения» (Var 3), «потребление мяса и мясопродуктов» (Var 4), «потребление молока и молокопродуктов» (Var 5), «объем бытовых услуг» (Var 8) и «объем коммунальных услуг» (Var 11). Повышение показателя Var 5 до значения 0,54 приводит к тому, что кластер Д занимает в 2014 году третье место среди кластеров по данному показателю, уступая кластерам Б и Г. Остальные изменения отражают только общее увеличение значений показателей, но не изменение положения кластера среди остальных.

В 2015 году сумма средних нормированных в кластере Д снижается с 2,55 до 2,18, то есть на 16,9%. Происходит снижение показателей (всех кроме Var 5 «потребление молока и молокопродуктов») до уровня чуть выше чем в 2013 году. По показателю Var 5 значительных изменений не наблюдается, при этом в структуре кластеров он также занимает 3 место среди показателей всех кластеров. Снижение среднего нормированного значения объемов бытовых услуг в кластере Г привело к уравниванию кластеров Д и Г по данному показателю.

В связи с незначительным количеством регионов в кластере Д и высоким уровнем их пространственной локализации мы не проводим анализ использования в них программно-целевого метода для развития потребительской сферы.

Обобщение вышеизложенного позволяет сделать следующие выводы.

Общее состояние потребительской сферы регионов целесообразно оценивать по следующим параметрам: среднедушевые доходы населения; потребительские расходы на душу населения; число собственных легковых автомобилей на 1000 человек населения; потребление мяса и мясопродуктов на душу населения; потребление молока и молокопродуктов на душу населения;

общая площадь жилых помещений на одного жителя; оборот розничной торговли на душу населения; объем бытовых услуг на душу населения ; объем транспортных услуг на душу населения; объем услуг связи на душу населения; объем коммунальных услуг на душу населения.

На территории Российской Федерации можно выделить пять достаточно однородных с точки зрения состояния потребительской сферы по выбранным параметрам групп регионов (виртуальных кластеров).

Статистическая оценка кластеров с использованием критерия Фишера и критерия значимости подтвердила высокий уровень значимости средних значений полученных виртуальных кластеров.

Наиболее развитый кластер А включает относительно небольшое число административно-территориальных образований, его ядро составляют 5 регионов, которые стабильно удерживаются в нем на протяжении всего анализируемого периода: Москва, Камчатский, Хабаровский края, Магаданская и Сахалинская области.

В течение анализируемого периода количество регионов в кластере сократилось. С 2010 по 2015 год из него выбыли такие развитые регионы как Мурманская область, г. Санкт-Петербург, Тюменская область.

На протяжении всего анализируемого периода сумма средних нормированных значений параметров потребительской сферы увеличивается, хотя и незначительно, что свидетельствует об усилении положения входящих в него регионов.

Кластер характеризуется высокими среднедушевыми доходами и расходами на душу населения, развитой сферой услуг, высоким оборотом розничной торговли, нестабильным потреблением продуктов питания (мяса и мясопродуктов, молока и молокопродуктов), относительным увеличением в 2014-2015 гг. бытовых услуг, услуг транспорта и связи.

Кластер Б по своему составу чрезвычайно неустойчив. Ядро кластера составляют 8 регионов: Белгородская, Воронежская, Липецкая, Ростовская области, республики Коми, Башкортостан, Татарстан, Краснодарский край. Субядро составляют: Курская, Московская и Свердловская области.

В период экономического роста 2010-2013 гг. состав кластера увеличился с 18 до 36 регионов, в 2015 году сократился до 13. В 2014-2015 годах наблюдается массовый переход регионов в кластеры с более низким уровнем развития потребительского рынка (В, Г и Д).

В 2010 году кластер Б практически в 2 раза отставал от кластера А по нормированным значениям среднедушевых доходов. Его наиболее слабые характеристики – объемы транспортных услуги услуг связи. Однако, по ряду показателей он превышал кластер А и занимал лидерские позиции среди всех кластеров (средние нормированные значения потребления мяса и мясопродуктов. С 2013 по 2015 годы кластер прочно занял высокие позиции по средним нормированным значениям площади жилых помещений на одного жителя. Для кластера характерны резкие колебания потребления бытовых услуг и рост потребления коммунальных услуг.

Кластер В в 2010 году занимал лидирующее положение среди всех кластеров по общей площади жилых помещений. По большинству показателей кластер был близок к кластеру Г. Наиболее слабыми позициями кластера В в 2010 году были объем транспортных услуг и услуг связи. В 2013 году происходит сближение кластера В с кластером Б. Относительно выросли среднедушевые доходы населения и объем транспортных услуг на душу населения. Это сопровождалось снижением потребления мясо-молочной продукции в 2013 и 2014 годах. Наибольшим показателем 2014 года является общая площадь жилых помещений, по которому кластер занял второе место после кластера Б. В 2015 году наблюдается снижение суммы средних нормированных значений показателей.

Кластер Г – один из аутсайдеров в развитии потребительской сферы. Его ядро составляют 11 регионов. Общее количество регионов в кластере в 2010 и 2013 годах составляло 19 единиц, в 2014 достигло 26, в 2015 году снизилось до 22. На протяжении всего анализируемого периода кластер имеет низкие показатели большинства параметров развития потребительского рынка. В то же время, особенность кластера – относительно высокие значения общей площади жилых помещений на душу населения. Довольно высоко в течение

2010 – 2014 годов потребление мяса. Снижение обоих указанных показателей произошло в 2015 году.

Кластер Д включает незначительное количество регионов и не представляет интереса для анализа.

Анализ стратегических документов модельных регионов, представляющих кластеры А и Б, показал, что потребительской сфере в системе программно-целевого управления уделяется значительное внимание.

В документах, регламентирующих развитие потребительской сферы, центральное место уделяется росту доходов населения; развитию рынка недвижимости; росту оборота розничной торговли и услуг связи; развитию коммунальной и транспортной инфраструктуры.

В качестве недостатка документов, определяющих результативность программно-целевого метода, необходимо назвать: несбалансированность разделов Стратегий, отсутствие потребительской сферы в составе стратегических приоритетов, фрагментарность программ, обеспечивающих реализацию целей и задач его развития. Для модельных регионов кластера Г, кроме того, заметна нечеткая идентификация проблем развития потребительской сферы.

2.2 Состояние и тенденции развития потребительской сферы макрорегиона (на примере ЦФО)

Для дальнейшего анализа потребительской сферы регионов России обратимся к понятийному аппарату, позволяющему конкретизировать объект управления. Полагаем целесообразным принять в качестве двух подсистем данного объекта сферу услуг и сферу торговли. Согласимся с С. Черемискиной, определяющей сферу услуг как совокупность видов деятельности, направленных на производство и реализацию услуг населению⁸². В современной экономике сфера услуг является обширным и развитым сектором, ко-

⁸² Черемискина С. Начинаящему бизнесмену: сфера услуг / С. Черемискина. – (<http://fb.ru/article/3632/nachinayuschemu-biznesmenu-sfera-uslug>). – (дата обращения: 16.04.2017).

торый приобретает свою значимость высокими темпами. Основная часть этого сектора является обслуживающей, а не производящей. С течением времени сфера услуг все больше расширяет круг своего сервиса и методов для удовлетворения потребностей своих клиентов. Теоретико-методические положения, характеризующие наш подход к исследованию потребительской сферы регионов, их функциональных и пространственных подсистем, изложен в ряде наших работ, в том числе – в соавторстве ⁸³.

Само понятие «услуга» имеет множество трактовок, которые можно объединить в две группы: «услуга» как действие (процесс обслуживания) и «услуга» как продукт деятельности ⁸⁴. Исходя из первой группы трактовок, мы можем объяснить определение услуги как «действие, приносящее пользу, помощь другому».

С другой стороны, услугами считаются любые мероприятия или выгоды, которые могут быть переданы одним субъектом другому, обычно неосязаемые и не приводящие к их завладению.

По мнению П. Свистуновой сфера услуг является перспективной и быстроразвивающейся совокупностью отраслей экономики. На сегодняшний день практически все предприятия тесно связаны с данной сферой, одни непосредственно оказывают услуги, а другие частично соприкасаются с этим направлением деятельности ⁸⁵.

В ряде случаев под услугами понимаются виды деятельности, где не создаются новые, ранее не существовавшие продукты, а изменяется их качество

⁸³ Голикова Г.В. Тенденции развития потребительского рынка в ГО г. Воронеж / Г.В.Голикова, О.Б. Дзюбенко // Регион: системы, экономика, управление. – 2015. – № 4 (31). – С. 94-102; Дзюбенко О.Б. Организация мониторинга социально-экономических подсистем региона / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Государственная и муниципальная служба в России: опыт, проблемы, перспективы развития: мат. VIII всероссийская научно-практическая конференция (30.10.15) – Воронеж. ИПЦ «Научная книга», 2015. – С. 51-55; Голикова Г.В. Основные положения программы развития торговой деятельности муниципального образования / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Проблемы и перспективы современной экономики: сб. ст. Вып. 2 – Воронеж. ВГПУ, 2016. – С. 77-83.

⁸⁴ Иванов М. Руководство по маркетингу консалтинговых услуг / М. Иванов, М.Фербер. – (<http://www.twirpx.com>). – (дата обращения: 20.04.2017).

⁸⁵ Свистунова П.А. Маркетинг в сфере услуг / П.А. Свистунова. – (<http://lib.4i5.ru>). – (дата обращения: 21.04.2017).

⁸⁶. Иначе говоря, услуги – это блага, представляемые а в форме какой-либо деятельности. То есть, само оказание услуг создает желаемый результат.

Рынок услуг – это сфера обмена услугами, которые являются результатом труда предприятий непроизводственной сферы⁸⁷.

В настоящее время рынок услуг совершенно не похож на другие рынки. Это объясняется тем, что сама услуга не может быть оценена до ее получения и не может существовать до ее предоставления. Также услугам характерна высокая степень неоднозначности, что приводит клиента в не лучшее для него положение, но и продавцам это затрудняет свободное продвижение услуги на рынок.

Рынок услуг полностью подчиняется законам рыночной экономики, является частью товарного рынка и на основе этого имеет ряд особенностей, которые и объясняют особый подход к предпринимательской и маркетинговой деятельности, обеспечивающей удовлетворение спроса потребителей на услуги.

Особенности рынка услуг отражаются:⁸⁸

- в высокой динамичности рыночных процессов (основная цель оказания услуг – полное удовлетворение потребностей потребителя);

- в территориальной сегментации (большинство факторов, влияющих на спрос и предоставление услуг, находятся в прямой зависимости от территориальных особенностей, охваченных конкретным рынком);

- в высокой скорости оборота капитала (эта особенность - самая приоритетная в сфере услуг, является следствием короткого производственного цикла);

- в специфике процесса оказания услуг (непосредственный контакт между производителем и потребителем может как создавать условия для увеличения

⁸⁶ Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития : материалы XII Всероссийской научно – практической конференции, 3 февраля 2015 года. – СПб. : СПбГУП, 2015. – С. 9.

⁸⁷ Черемискина С. Начинающему бизнесмену: сфера услуг / С. Черемискина. – (<http://fb.ru/article/3632/nachinayuschemu-biznesmenu-sfera-uslug>). – (дата обращения: 16.04.2017).

⁸⁸ Балдоржиев Д.Д. Экономическая теория: учебное пособие / Д.Д. Балдоржиев. – М.: ИГЭА, 2012. – С. 58.

коммуникативных связей, так и увеличивать определенные условия и характеристики к профессиональным качествам производителям);

- в высокой степени дифференциации услуг (связана с высоким спросом на услугу, причем каждая услуга индивидуальна для каждого клиента, это является сильным толчком к развитию инновационной деятельности в сфере оказания услуг, так как время не стоит на месте, происходит постоянное развитие данной области, услуги становятся все более нестандартные).

На сегодняшний день на рынке пользуется спросом бытовая сфера услуг. Если еще в конце прошлого столетия она значительно отставала от производственной сферы, то сейчас постоянное развитие бытовых услуг непрерывно возрастает. Характеристики и качественные параметры сферы услуг в России кардинально отличаются от западных. Это можно объяснить тем, что в России гораздо больше традиционных отраслей, обеспечивающих транспортировку и реализацию произведенной продукции⁸⁹.

Уже порядка 10 лет сфера услуг непрерывно развивается. Большое влияние на нее оказывают созданные и принятые экономические реформы в стране, они не только привели к оживлению традиционных отраслей, но способствовали созданию новых видов услуг (аудиторские, консалтинговые, компьютерные, бухгалтерские; услуги, которые участвуют в операциях на рынке недвижимости; услуги в области рекламы, частной охранной деятельности и другие). Но в то же время можно сказать, что сфера услуг в России требует дальнейшего развития. Для этого необходимо разработать четкую и продуманную стратегию и тактику в отношении отраслей сферы услуг с учетом соблюдения запросов и интересов клиентов, опыта и знания западных коллег.

Обращение к Центральному федеральному округу РФ оправдано тем, что он является самым развитым и обширным в сфере товародвижения и оказания услуг. Место ЦФО в развитии потребительской сферы страны в целом

⁸⁹ Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития : материалы XII Всероссийской научно – практической конференции, 3 февраля 2015 года. –СПб. : СПбГУП, 2015. – С. 66.

характеризуется составом регионов, входящих в различные виртуальные кластеры (таблица 14).

Таблица 14 – Виртуальные кластеры потребительской сферы в составе ЦФО (2015 г.)

Кластеры	Состав	Сильные стороны	Слабые стороны
А	Москва	Высокий уровень доходов на душу населения Высокий объем потребительских расходов Растущий объем розничной торговли и бытовых услуг Высокий объем транспортных услуг, услуг связи, коммунальных услуг	Падающий объем потребления мяса, мясопродуктов, молока Невысокая и снижающаяся обеспеченность жильем
Б	Белгородская обл. Воронежская обл. Липецкая обл. Московская обл.	Высокий уровень потребления мяса, мясопродуктов, молока, молокопродуктов Высокий объем бытовых услуг на душу населения	Низкий уровень доходов на душу населения Низкий объем услуг связи, транспортных услуг на душу населения
В	Брянская область Владимирская область Ивановская область Калужская область Костромская область Курская область Орловская область Рязанская область Смоленская область Тамбовская область Тверская область Тульская область	Высокий уровень обеспеченности жильем	Низкий уровень доходов и расходов населения Низкий оборот розничной торговли Низкий объем транспортных услуг и услуг связи
Г	Ярославская область	Высокий уровень потребления молока и молокопродуктов Высокая обеспеченность жильем	Низкий уровень доходов и расходов населения Низкая обеспеченность автомобилями Низкий уровень потребления мяса и мясопродуктов, молока и молокопродуктов Низкий оборот розничной торговли Низкий объем бытовых, транспортных, коммунальных услуг, услуг связи

Данные, представленные в таблице 14, позволяют утверждать, что потребительская сфера ЦФО является весьма дифференцированной по объему и структуре, что требует более детального анализа макрорегиона как единой (хотя и разнородной) системы.

Полагаем, что в структуре потребительской сферы особое значение имеют транспортные, телекоммуникационные, финансовые услуги, которые являются основой всех секторов экономики. Другие отрасли сферы услуг тоже играют немаловажную роль в экономике региона и страны в целом. Например, юридические и консультационные услуги не требуют больших капиталовложений, но являются фактором социальной стабильности, способствуют созданию рабочих мест. Такая отрасль, как строительство, не только создает рабочие места, но помогает в развитии широкого круга секторов в промышленности. Что касается социальной сферы, то она развивается за счет оказания услуг в области здравоохранения, образования, социального страхования и услуг по организации досуга.

На долю ЦФО приходится 33,9 % совокупного ВРП России, 21,6 % сельскохозяйственной и 26,5 % промышленной продукции страны⁹⁰. В макрорегионе на начало анализируемого периода (2010 год) не было регионов, входящих в кластеры Г и Д, то есть, его потребительскую сферу можно считать весьма развитой. В то же время, заметно ухудшение ее состояния в период 2014-2015 годов. Так, в 2014 г. в состав кластера из более развитых кластеров в кластер Г попали: Орловская, Рязанская, Смоленская, Тверская, Ярославская области, то есть 5 регионов из 18. В 2015 году в кластере Г осталась только Ярославская область, тем не менее, произошедшее ухудшение положения ряда регионов свидетельствует о необходимости активизации управления потребительской сферой регионов на основе четкого позиционирования направлений

⁹⁰ Социально-экономические показатели регионов ЦФО [Электронный ресурс]: <http://www.gks.ru/> [Дата обращения 05.05.2017] ; Экономика Центрального Федерального округа [Электронный ресурс]. – (<http://newsruss.ru/doc/index.php>). – (дата обращения: 25.04.2017).

стратегического управления ею и соответствующих им инструментов программно-целевого управления.

Отметим важнейшие внешние предпосылки развития потребительской сферы ЦФО: выгодное экономико-географическое положение, высокий производственный и научно-технический потенциал, развитая инфраструктура, относительно квалифицированная рабочая сила. Указанные подсистемы макрорегиона лишь частично включены в потребительскую сферу, но имеют для ее развития принципиальное значение.

Конкурентными преимуществами ЦФО, кроме того, являются: экономическая и социальная освоенность территории, диверсифицированная экономика, наличие привлекательных туристических активов, близость к крупнейшим мировым рынкам, налаженные внешнеэкономические связи, высокий уровень жизни и миграционная притягательность.

Важной для развития потребительской сферы является структура валового регионального продукта ЦФО в котором наибольшая доля приходится на торговлю (27 %), опережающую ближайший к ней вид деятельности – обрабатывающую промышленность, на 11 п.п. Транспорт и связь, услуги которых мы включили в состав базовых индикаторов развития потребительской сферы, занимают третью позицию после торговли и обрабатывающей промышленности⁹¹.

Показатель производительности труда в ЦФО в 1,4 раза выше, чем в России в целом и вдвое выше, чем среднем в мире. Такое соотношение достигается очень высокой производительности труда в Москве (в 2,9 раза выше, чем в среднем в стране). Производительность труда в остальных регионах ЦФО ниже среднероссийского уровня⁹².

⁹¹ Социально-экономические показатели регионов ЦФО [Электронный ресурс] :<http://www.gks.ru/> [Дата обращения 05.05.2017] ; Экономика Центрального Федерального округа [Электронный ресурс]. – (<http://newsruss.ru/doc/index.php>). – (дата обращения: 25.04.2017).

⁹² Там же.

Приоритеты развития экономики ЦФО закреплены в «Стратегии социально-экономического развития Центрального федерального округа на период до 2020 года», утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 6 сентября 2011 г. N 1540-р.⁹³

В качестве ключевых внешних факторов развития сферы потребления в ЦФО в Стратегии заявлены:⁹⁴

- высокая зависимость от импорта продовольствия, сырья и комплектующих, машин и оборудования, товаров повседневного и длительного пользования;
- высокая степень кооперации экономики округа с другими субъектами РФ.

Ключевыми внутренними факторами социально-экономического развития ЦФО являются:

- доминирующее положение Москвы, обеспечивающей производство около 80 % ВРП макрорегиона);
- непропорциональность социально-экономического развития регионов округа, в том числе – его потребительской сферы;
- темпы развития потребительского рынка г. Москвы (50 % ВРП создается в торговле);
- туризм.

Охарактеризуем более подробно структуру сферы потребления товаров и услуг регионов ЦФО (обобщенная информация приведена в Приложении А).

⁹³ Стратегия социально-экономического развития Центрального федерального округа до 2020 года [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/16ee8ae4-4bdb-4616-9375> (дата обращения: 25.04.2017)

⁹⁴ Стратегия социально-экономического развития Центрального федерального округа до 2020 года [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/16ee8ae4-4bdb-4616-9375> (дата обращения: 25.04.2017); Голикова, Г.В. Закономерности развития экономики региона на основе мониторинга обратных связей / Г.В. Голикова, В.К. Голикова, А.Н. Мордвинцев // Регион: системы, экономика, управление. – 2014. – № 1 (24). – С. 102-104; Results of Innovational Activities of Russian Regions in View of the Types of Economic Culture / Yuri Treshchevsky; Larisa Nikitina; Mikhail Litovkin, Valentina Mayorova // Russia and the European Union Development and Perspectives Part of the series Contributions to Economics. Book. Contributions to Economics, 2017 PP. 47-53. ISBN: 978-3-319-55256-9 (Print) 978-3-319-55257-6 (Online)

В качестве одного из показателей развития потребительской сферы регионов страны мы отметили уровень среднедушевых доходов населения. Учитывая, что значительную их часть составляет заработная плата, обратимся к ее состоянию в региональных центрах ЦФО (рисунок 6)⁹⁵. Московский регион исключен из представляемых данных в связи с чрезвычайно высоким отрывом Москвы от иных регионов и отсутствием регионального центра в Московской области.

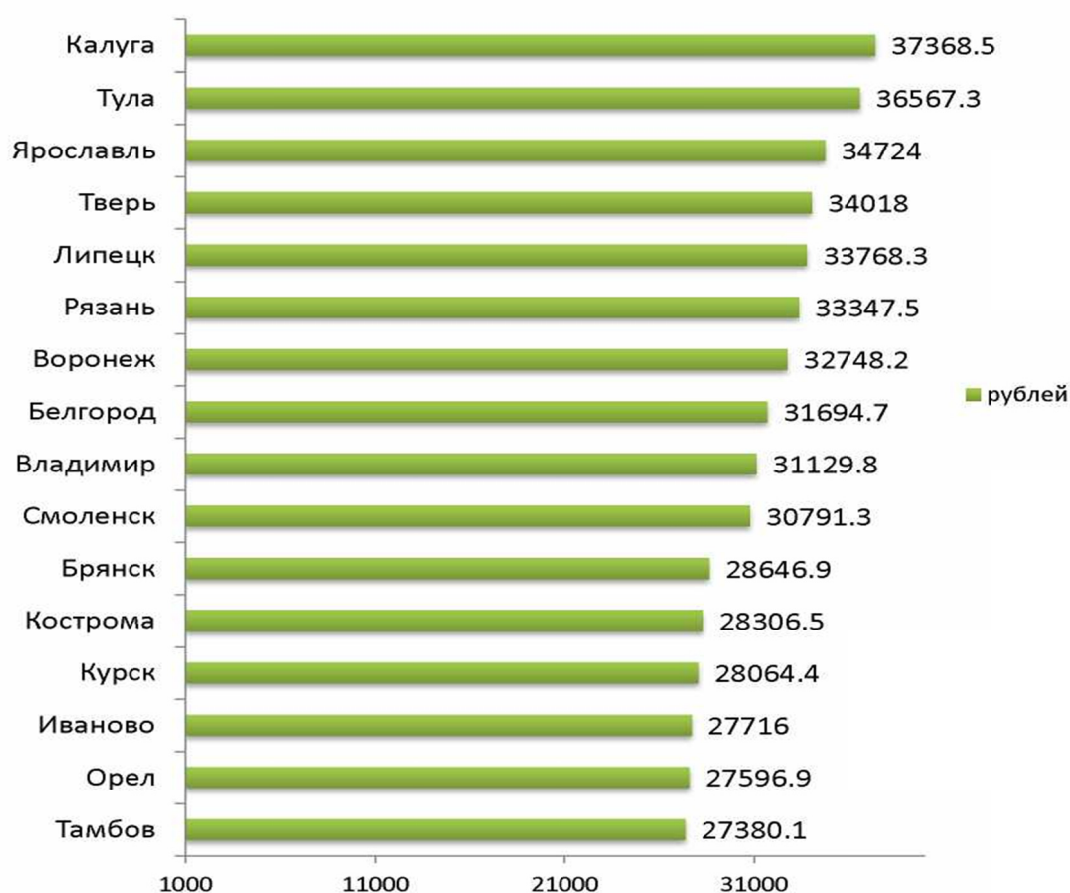


Рисунок 6 – Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата одного работника в областных центрах ЦФО за 2016 г.

Как видно из данных, представленных на рисунке 6, в регионах ЦФО (представленных региональными центрами) заработная плата довольно дифференцирована, но динамика в 2015-2016 гг. в принципе одинакова.

⁹⁵ Социально-экономические показатели регионов ЦФО [Электронный ресурс]: <http://www.gks.ru/> [Дата обращения 05.05.2017] ; Экономика Центрального Федерального округа [Электронный ресурс]. – (<http://newsruss.ru/doc/index.php>). – (дата обращения: 25.04.2017).

Отметим в качестве мало объяснимого явления переход Ярославской области с довольно высоким уровнем заработной платы в кластер Г в 2015 г., из чего следует, что уровень заработной платы является значимым, но не преобладающим показателем развития потребительского рынка.

На рисунке 7 приведены графические данные о вводе жилья в региональных центрах ЦФО, где сосредоточена основной объем строительных работ и ввода жилья⁹⁶, из которых следует, что по данному показателю регионы (представленные их региональными центрами) кардинально различаются.



Рисунок 7 – Ввод в действие общей площади жилых домов метров квадратных на 1000 чел. населения в областных центрах ЦФО за 2016 г.

⁹⁶ Социально-экономические показатели регионов ЦФО [Электронный ресурс] :<http://www.gks.ru/> [Дата обращения 05.05.2017] ; Экономика Центрального Федерального округа [Электронный ресурс]. – (<http://newsruss.ru/doc/index.php>). – (дата обращения: 25.04.2017).

Московский регион исключен из представляемых данных в связи с чрезвычайно высоким отрывом Москвы от иных регионов и отсутствием регионального центра в Московской области.

Весьма существенные различия между регионами имеют место по объемам и структуре экономической деятельности, в то же время, при различной специализации регионы ЦФО занимают достаточно высокие, но не всегда устойчивые позиции в стране по состоянию потребительской сферы.

В настоящее время в Центральном федеральном округе заметен рост объема реализованных товаров и услуг в целом и на душу населения. На сегодняшний день для потребительского рынка характерна насыщенность различных товаров и услуг. Значимыми сегментами потребительской сферы Центрального федерального округа являются: торговля, общественное питание, платные услуги населению (таблица 15).

Таблица 15 – Оборот розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению в ЦФО⁹⁷

Показатель	2014	2015	2016
Общий объем розничной торговли, общественного питания и платные услуги населению, млн. руб.	129869,4	166130,1	226576,9
в процентах в том числе:	100	100	100
Оборот розничной торговли, млн. руб.	96969,8	121736,6	161441,0
В процентах к итогу	74,7	73,3	71,3
Оборот общественного питания, млн. руб.	6549,4	7837,6	10543,5
В процентах к итогу	5,0	4,7	4,6
Платные услуги населению, млн. руб.	26351,2	36555,9	54532,4
В процентах к итогу	20,3	22,0	24,1

Приведенные данные показывают, что динамика оборота розничной торговли Центрального федерального округа положительна. Его структура находится в постоянном развитии и совершенствовании, это объясняет рас-

⁹⁷ Экономика Центрального Федерального округа. – (<http://newsruss.ru/doc/index.php>). – (дата обращения: 25.04.2017).

тушие показатели объема платных услуг, розничной торговли, общественного питания.

Структура потребления в ЦФО формируется под влиянием множества факторов⁹⁸. Динамика развития потребительской сферы товаров и услуг в регионах ЦФО характеризуется в настоящее время позитивными тенденциями.

Так по данным исследователей, в настоящее время параметры потребительской сферы регионов страны существенно возросли, но в различной степени в текущих и сопоставимых ценах⁹⁹

Это обстоятельство оказало влияние на динамику показателей формирования фактического конечного потребления, источниками которого являются расходы домашних хозяйств и социальные трансферты в натуральной форме (динамика показателей представлена в таблице 16).¹⁰⁰

⁹⁸ Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития : материалы XII Всероссийской научно– практической конференции 3 февраля 2015 года. – СПб. : СПбГУП, 2015. – 156 с.; Разомасова Е.А. Сфера потребительских услуг: цена, доступность, качество / Е.А. Разомасова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2011. - № 4. - С. 230-236. ; Алиева З.М. Результаты исследования динамики и факторов формирования фактического конечного потребления домашних хозяйств / З.М. Алиева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2013. - № 3 (47). - С. 260-269. на 169,3% к 2015 году возросло фактическое потребление домашних хозяйств; на 165,5% увеличились среднедушевые денежные доходы населения, на 171,9% - среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работающих в экономике, на 263,3% - средний размер назначенных пенсий. Кроме того, сократилась на 4,3% к 2015 году численность населения, находящегося «за чертой бедности», т.е. имеющего денежные доходы ниже величины прожиточного минимум, или, по удельному весу к общей численности населения России, – на 0,6 процентного пункта. Вместе с тем в «реальном» выражении, т.е. в перерасчете на инфляционную составляющую, все показатели денежных доходов населения за период исследования сократились: в целом по доходам – на 11,7 процентных пунктов, по начисленной заработной плате – на 14,4 процентного пункта, по назначенным пенсиям – на 3,6 процентного пункта.

⁹⁹ Социально-экономические показатели регионов ЦФО [Электронный ресурс] : <http://www.gks.ru/> [Дата обращения 05.05.2017]

¹⁰⁰ Голикова Г.В. Оценка состояния и развития потребительского рынка в регионе / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Управление изменениями в социально-экономических системах: сб. ст. 15 международная научно-практическая конференция – Воронеж. ВГПУ, 2016. – С. 73-79.

Таблица 16 – Динамика развития потребительской сферы в регионах ЦФО за 2011-2015 гг.¹⁰¹

Наименование показателей	2011	2012	2013	2014	2015	2015 к 2011
Фактическое конечное потребление домашних хозяйств, в текущих ценах, млрд.руб.	18928	23684	25039	27660	32053	169,3%
на душу населения, руб.	132542	165920	175361	193630	224206	169,2%
в % к предыдущему году, в сопоставимых ценах	112,5	109,4	95,5	104,0	105,8	-6,7 п.п.
Среднедушевые денежные доходы населения, в месяц, руб.	12540,2	14863,6	16895,0	18950,8	20754,9	165,5%
Реальные располагаемые денежные доходы населения, в % к предыдущему году	112,1	102,4	103,0	105,9	100,4	-11,7 п.п.
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работающих в экономике, руб.	13593,4	17290,1	18637,5	10952,2	23369,2	171,9%
Реальная начисленная заработная плата, в % к предыдущему году	117,2	111,5	96,5	105,2	102,8	14,4 п.п.
Средний размер назначенных пенсий, руб.	3115,5	4198,6	5191,1	7476,3	8202,9	263,3%
Реальный размер назначенных пенсий, в % к предыдущему году	104,8	118,1	110,7	134,8	101,2	-3,6 п.п.
Величина прожиточного минимума, в среднем на душу населения: руб. в месяц	3847	4593	5153	5688	6369	165,6%
в % к предыдущему году	112,4	119,4	112,2	110,4	112,0	-0,4 п.п.
Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума: млн. человек	18,8	19,0	18,4	17,7	18,0	95,7%
в % от общей численности населения	13,3	13,4	13,0	12,5	12,7	-0,6 п.п.
в % к предыдущему году	87,0	101,1	96,8	96,2	101,7	14,7 п.п.
Соотношение с величиной прожиточного минимума среднемесячной номинальной начисленной зарплатой	327	348	334	341	340	13 п.п.

¹⁰¹ Социально-экономические показатели регионов ЦФО [Электронный ресурс]: <http://www.gks.ru/> [Дата обращения 05.05.2017] ; Экономика Центрального Федерального округа [Электронный ресурс]. – (<http://newsruss.ru/doc/index.php>). – (дата обращения: 25.04.2017).

Как видим, темп роста расходов домашних хозяйств был гораздо более высоким в сравнении с темпом роста социальных трансфертов в натуральной форме.

В составе расходов домашних хозяйств на фактическое конечное потребление по темпам динамики лидируют денежные расходы на покупку товаров и оплату услуг, возросшие за 2011-2015 гг. на 170,3%, тогда как потребление товаров и услуг в натуральной форме, произведенных домашними хозяйствами для собственного конечного потребления, увеличились на 162,2%

Согласно данным таблицы 17, денежные расходы на покупку товаров и услуг на протяжении всего анализируемого периода высокими темпами.

Таблица 17 – Динамика фактического конечного потребления домашних хозяйств ЦФО по источникам формирования потребления за 2011-2015 гг.¹⁰²

Источники формирования конечного потребления	2011	2012	2013	2014	2015	2015 к 2011, %
Фактическое конечное потребление домашних хозяйств - всего в текущих ценах, млрд.руб.	18928	23684	25039	27660	32053	169,3
в том числе за счет: расходов домашних хозяйств	16032	19967	20986	23482	27229	269,8
из них: денежные расходы на покупку товаров и оплату услуг	15172	19038	19985	22309	25834	170,3
потребление товаров и услуг в натуральной форме	860	929	1001	1173	1395	162,2
в том числе потребление продукции собственного производства	859	928	1000	1172	1394	162,3
социальных трансфертов в натуральной форме	2896	3717	4053	4178	4824	166,6
в том числе расходов государственного управления на индивидуальные товары и услуги	2710	3500	3836	3952	4579	169,0

¹⁰² Социально-экономические показатели регионов ЦФО [Электронный ресурс]: <http://www.gks.ru/> [Дата обращения 05.05.2017] ; Экономика Центрального Федерального округа [Электронный ресурс]. – (<http://newsruss.ru/doc/index.php>). – (дата обращения: 25.04.2017).

Линия тренда удельного веса расходов населения России на покупку товаров и услуг в общем объеме денежных расходов не была равномерной (рисунок 8).

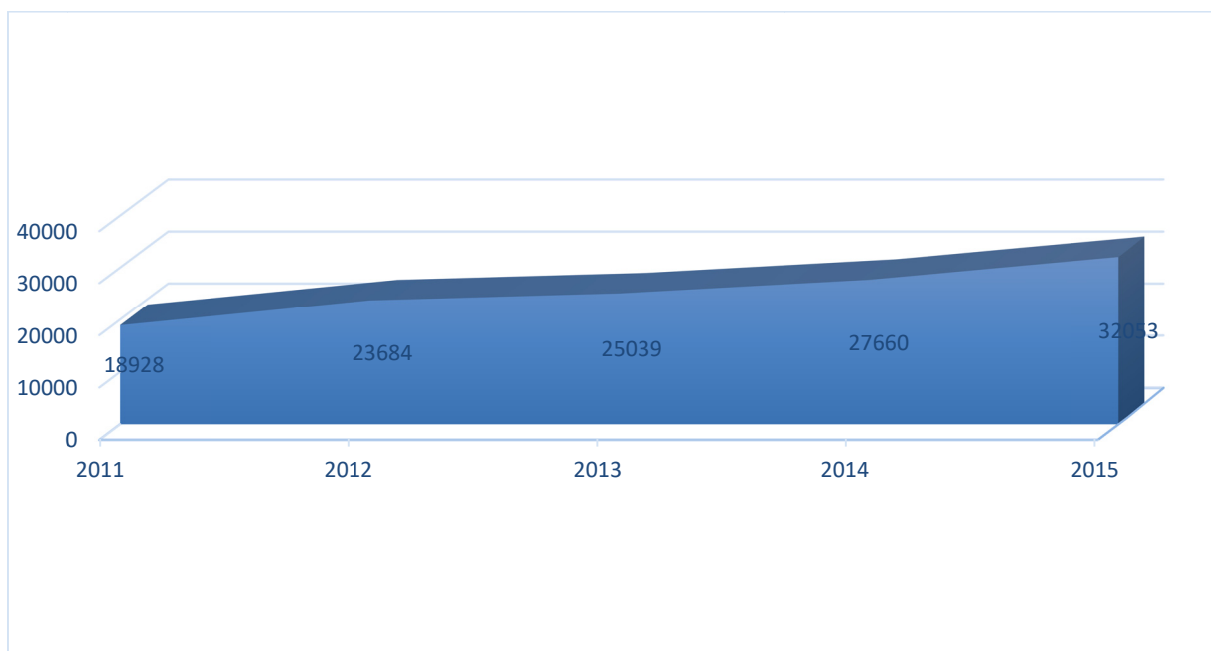


Рисунок 8 – Динамика фактического конечного потребления домашних хозяйств ЦФО за 2011-2015 гг., млрд. руб.

Данные, представленные на рисунке 8 демонстрируют рост фактического конечного потребления домашних хозяйств ЦФО с 18928 млрд. руб. в 2011 году до 32053 млрд. руб. в 2015, что составило 169,3 %.

Структура потребительских расходов домохозяйств подвергалась заметным изменениям¹⁰³. Динамика структуры потребления по направлениям потребительских расходов представлена в таблице 18.

Более быстрый рост расходов населения на потребление продовольственных товаров подтверждается не только структурными, но и «удельными» показателями, рассчитанными на душу населения.

¹⁰³ Вырос удельный вес расходов на продукты питания и безалкогольные напитки (на 1,1 процентного пункта), других товаров и услуг (на 0,8 процентного пункта), услуг здравоохранения, организации отдыха и культурных мероприятий (на 0,4 процентного пункта по каждому виду услуг). Из «товарной» составляющей потребления домохозяйств сократился удельный вес непродовольственных товаров (на 0,3 процентного пункта), предметов домашнего обихода, бытовой техники и ухода за домом (на 0,8 процентного пункта).

Таблица 18 – Динамика структуры потребления по направлениям потребительских расходов в ЦФО¹⁰⁴

Направления потребительских расходов по целям потребления	2011	2012	2013	2014	2015	2015 г. к 2011 г., +/-
Потребительские расходы всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
в том числе:						
расходы на продукты питания и безалкогольные напитки	28,4	29,1	30,5	29,6	29,5	1,1
алкогольные напитки, табачные изделия	2,4	2,3	2,4	2,4	2,5	0,1
одежда и обувь	10,4	10,4	10,4	10,8	10,1	-0,3
жилищные услуги, вода, электроэнергия, газ и другие виды топлива	11,6	10,4	10,8	11,3	11,4	-0,2
предметы домашнего обихода, бытовая техника и уход за домом	7,3	7,5	7,0	6,2	6,5	-0,8
здравоохранение	3,1	2,9	3,1	3,3	3,5	0,4
транспорт	16,6	15,5	13,4	14,9	15,9	-0,7
связь	3,8	3,7	3,8	3,8	3,7	-0,1
организация отдыха и культурные мероприятия	6,4	3,7	7,3	6,8	6,8	0,4
образование	1,8	1,6	1,5	1,3	1,2	-0,6
гостиницы, кафе и рестораны	3,0	3,0	3,4	3,4	3,2	0,2
другие товары и услуги	5,2	5,9	6,4	6,2	6,0	0,8

Как видим, оборот розничной торговли на 1 человека вырос по группе непродовольственных товаров с 2011 по 2015 год на 166,8%, по группе продовольственных товаров – на 185,8%, общий оборот – на 175,4%. Показатели оборота в расчете на душу населения, замедлили темпы роста при пересчете в сопоставимые цены.

Известно, что в силу значительных различий социально-экономического развития регионов ЦФО оборот розничной торговли значительно дифференцирован.¹⁰⁵ Это касается и удельных показателей оборота территорий. Так, в

¹⁰⁴ Социально-экономические показатели регионов ЦФО [Электронный ресурс]: <http://www.gks.ru/> [Дата обращения 05.05.2017] ; Экономика Центрального Федерального округа [Электронный ресурс]. – (<http://newsruss.ru/doc/index.php>). – (дата обращения: 25.04.2017).

¹⁰⁵ Омаров М.М. Развитие российского потребительского рынка в условиях глобализации экономики / М.М. Омаров // Успехи современного естествознания. - 2007. - № 11. - С. 88-90.; Пидоймо Л.П. Проблемы и перспективы современной экономики / Л.П. Пидоймо,

2015 году на одного жителя Орловской области приходилось 68 416 руб. (за год), на жителя Москвы – 286 952 руб. Учитывая данное обстоятельство, мы проанализировали оборот розничной торговли в регионах страны за 2011-2015 гг. (таблица 19).

Таблица 19 – Динамика оборота розничной торговли на душу населения в ЦФО за 2011-2015 гг.¹⁰⁶

Наименование показателей	2011	2012	2013	2014	2015	2015 г. к 2011
руб., в фактически действовавших ценах						
Оборот розничной торговли всего в том числе:	76111	97688	102245	115500	133481	57370
пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия	34252	45506	49705	56056	63648	29396
непродовольственные товары	41859	52182	52540	59444	69833	27974
в % к предыдущему году, в сопоставимых ценах						
Оборот розничной торговли всего в том числе:	116,3	113,8	94,8	106,4	107,0	-9,3
пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия	112,8	111,7	98,1	105,1	103,2	-9,6
непродовольственные товары	119,3	115,3	91,8	107,7	110,7	-8,6

Как видим, в течение пятилетнего периода имели место существенные сдвиги в сфере распределения регионов – произошел рост оборота розничной торговли в расчете на душу населения.

Основные социально-экономические показатели уровня жизни населения, характеризующие материальную основу развития потребительской сферы регионов, имели тенденцию к росту, но в перерасчете на инфляционную составляющую (в «реальном» выражении) показатели денежных доходов сократились, что оказало влияние на динамику фактического конечного потребления

Ю.Ю. Карпова // Зарубежный опыт планирования: Сборник статей выпуск второй / Под.ред. Ю. И. Трещевский, Г. В. Голикова; Воронежский государственный университет. – Воронеж, 2016. – 308 с.

¹⁰⁶ Социально-экономические показатели регионов ЦФО [Электронный ресурс]: <http://www.gks.ru/> [Дата обращения 05.05.2017] ; Экономика Центрального Федерального округа [Электронный ресурс]. – (<http://newsruss.ru/doc/index.php>). – (дата обращения: 25.04.2017).

домашних хозяйств, в которой превалировал темп роста расходов денежных доходов по сравнению с темпом роста социальных трансфертов.¹⁰⁷

Обобщение вышеизложенного позволяет сделать следующие выводы.

Основу функционирования потребительской сферы регионов составляют денежные доходы и расходы населения. Формирует данную сферу широкий спектр видов деятельности, которую можно представить в виде двух больших групп: услуги и товары.

Для характеристики потребительского рынка имеют значение все виды услуг, к наиболее распространенным из которых относятся: торговля, общественное питание и заготовки, транспорт, связь, бытовые услуги, услуги жилищно-коммунального хозяйства.

¹⁰⁷ Мясникова Т.А. Стратегирование социально – экономического развития муниципальных образований в регионах России: теория, методология, методическое обеспечение: монография / Т.А. Мясникова; [науч.ред. Ю.И. Трещевский]. – Воронеж : Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2015. – 271 с.; Голикова Г.В. Закономерности развития экономики региона на основе мониторинга обратных связей / Г.В. Голикова, В.К. Голикова, А.Н. Мордвинцев // Регион: системы, экономика, управление. – 2014. – № 1 (24). – С. 102-104. ; Трещевский, Ю.И. Виртуальная кластеризация российских регионов в сфере социальной ответственности бизнеса и государства / Ю.И. Трещевский, Д.А. Степыгин // Регион: системы, экономика, управление. – 2013. – № 1 (20). – С.47-58. В составе расходов домашних хозяйств на фактическое конечное потребление по темпам динамики лидируют денежные расходы на покупку товаров и оплату услуг, но линия тренда их удельного веса не является равномерной, изменения структуры потребительских расходов домашних хозяйств вызваны ростом удельного веса потребления продовольственных товаров, темпы динамики которого выше аналогичного показателя по непродовольственным товарам. В целом данную тенденцию следует оценивать как негативную. В региональном распределении оборота розничной торговли на душу населения произошли позитивные изменения в сторону перемещения регионов в группы с более высокими интервалами показателя и выравнивания реализованного потребительского спроса, подтверждаемые более равномерным распределением регионов в конце периода исследования. Сфера услуг ЦФО развивается высокими темпами. Оптовая и розничная торговля составляет около одной третьей суммарного валового регионального продукта округа. В 2011 году в результате кризисных явлений в экономике оборот розничной торговли в ЦФО сократился на 4,8 процента. Оборот розничной торговли по торговым сетям округа составляет 16,8 процента общего объема, что говорит о существенном потенциале развития торговых сетей. В ЦФО расположено 26,3 процента розничных рынков страны (28 процентов торговых мест). Объем платных услуг населению в 2011 году составил 92,2 процента уровня 2010 года, наибольшее падение (более 10 процентов) отмечено в Ярославской и Смоленской областях, а также в г. Москве, где оказывается 59,4 процента объема платных услуг населению по ЦФО в целом. В сфере оптовой торговли в 2011 году отмечено падение оборота на 11,6 процента. На г. Москву приходится 76,3 процента оборота оптовой торговли округа, или 45,1 процента оборота в целом по стране. Одной из наиболее острых проблем, препятствующих развитию внутренней торговли в ЦФО, является недостаточно развитая торговая инфраструктура, низкие темпы ввода новых торговых площадей.

Центральный федеральный округ в РФ является самым развитым и обширным в сфере торговой деятельности и оказания услуг. В общем виде экономику макрорегиона можно охарактеризовать как переходную от индустриальной к постиндустриальной. Наибольшую долю услуг в структуре ВРП ЦФО занимают: оптовая и розничная торговля, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг. Эти два вида деятельности по вкладу в ВРП превосходят долю обрабатывающих производств. Кроме того, высока доля транспорта и связи. Несмотря на относительно невысокую долю в ВРП, существенную роль играют, в силу их высокой значимости для функционирования домохозяйств, коммунальные услуги.

В структуре ВРП Центрального федерального округа оптовая и розничная торговля занимает одно из ведущих мест, что требует особого внимания к данному виду деятельности в контексте совершенствования программно-целевого управления потребительской сферой.

Период с 2014 по 2016 гг. характеризуется высокими темпами роста объемов розничной торговли, общественного питания и платных услуги населению. В то же время, темпы роста потребления товаров и услуг в период с 2011 по 2016 гг. существенно снизились и принимали в отдельные годы отрицательные значения.

С точки зрения развития потребительской сферы конкурентными преимуществами ЦФО являются: экономическая и социальная освоенность территории, экономико-географическое положение (место прохождения важнейших транспортных магистралей), сильная научно-интеллектуальная база, диверсифицированная экономика, наличие привлекательных туристических активов, налаженные внешнеэкономические связи, высокий уровень жизни и миграционная притягательность.

Ключевыми внешними факторами развития сферы потребления товаров и услуг в ЦФО являются:

- высокая зависимость от импорта продовольствия, сырья и комплектующих, машин и оборудования, товаров повседневного и длительного пользования;

- высокая степень кооперации экономики округа с другими субъектами РФ;

Ключевыми внутренними факторами социально-экономического развития ЦФО являются:

- доминирующее положение в округе Московского региона (почти 80 процентов суммарного валового регионального продукта округа);

- существенные диспропорции в социально-экономическом развитии регионов округа;

- высокие темпы развития потребительского рынка г. Москвы;

- развитый туризм.

3. Основные направления и механизм совершенствования программно-целевого управления потребительской сферой региона

3.1 Состояние и факторы развития потребительской сферы Воронежской области

Обращение к Воронежской области оправдано несколькими основными обстоятельствами:

- необходимо рассмотрение потребительской сферы одного из регионов России, позволяющее достаточно исследовать состояние ее элементов;
- регион входит в самый большой по экономическим параметрам и развитый макрорегион страны – Центральный федеральный округ;
- в макрорегионе область занимает ведущие места по большинству социально-экономических показателей;
- область устойчиво занимает позиции в кластере Б, втором по уровню развития потребительской сферы;
- регион характеризуется высоким уровнем развития нормативно-правовой базы, регулирующей стратегическое и программно-целевое управление социально-экономической сферы.

Анализ состояния различных подсистем потребительской сферы Воронежской области изложен нами в ряде работ, в том числе – в соавторстве ¹⁰⁸.

Динамика потребительской сферы Воронежской области является стабильной, постоянно развивающейся. Товароборот растет на основе развитой

¹⁰⁸ Голикова Г.В. Направления совершенствования стратегического поведения автомобильного дилера в регионе в современной институциональной среде / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Фундаментальные и прикладные исследования в области экономики и финансов: мат. II международная научно-практическая конференция (28-30 марта 2016 г.) – Орел. Изд-во Орловского филиала РАНХиГС, 2016. – С. 120-123; Голикова Г.В. Оценка состояния и развития потребительского рынка в регионе / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Управление изменениями в социально-экономических системах: сб. ст. 15 международная научно-практическая конференция – Воронеж. ВГПУ, 2016. – С. 73-79; Дзюбенко О.Б. Анализ развития потребительской сферы товаров и услуг в регионе / О.Б. Дзюбенко // Управление изменениями в социально-экономических системах : сб. ст. XVI международная научно-практическая конференция / под ред. докт. экон. наук, профессора Ю.И. Трещевского, докт. экон. наук Л.М. Никитиной. – Воронеж, 2017. – С.62-68; Дзюбенко О.Б. Потребительский рынок г. Воронежа: состояние, проблемы, перспективы / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Проблемы и перспективы современной экономики: сб. ст. Вып. 4 – Воронеж. ИСТОКИ, 2018. – С. 64-69.

материальной базы, в регионе высок уровень насыщенности товарами и услугами, их ассортимент разнообразен, экономическая среда характеризуется высоко конкурентной средой и предпринимательской активностью.

Потребительская сфера Воронежской области за последнее десятилетие претерпела значительные изменения. Существенный вклад в обеспечение населения товарами вносят малые предприятия и индивидуальные предприниматели. В области действует более 50 тыс. торговых объектов, значительная часть которых принадлежит индивидуальным предпринимателям. В организациях торговли и общественного питания широко используются современные формы и методы обслуживания¹⁰⁹.

За счет вложения частных инвестиций наблюдается значительный прирост современных форматов предприятий торговли (супер - и гипермаркетов «О'KEY», «Линия», «Ашан», «Лента», магазинов–дискаунтеров, торговых центров).

В системе общественного питания появилась сеть ресторанов, кафе, закусочных с современными залами, интерьерами и разнообразной кухней, предприятия типа «бистро», которые применяют новейшие европейские технологии в приготовлении блюд и обслуживании посетителей.

Услуги составляют часть сферы потребления, которая в Воронежской области выходит на новый качественный уровень. На развитие потребительской сферы региона оказывает влияние спрос как физических, так и юридических лиц. За последние годы спрос на такие услуги увеличился на 25–30%, что обусловлено желанием населения приобретать качественные товары и услуги и эффективно использовать свободное время.

В то же время можно ожидать ухудшения состояния потребительской сферы региона в силу ограничений спроса. В значительной степени это связано с неравномерностью спроса со стороны различных социальных групп области. В потребительской сфере региона проявились такие негативные

¹⁰⁹ Гладких М.О. Стратегическое направление социально – экономического развития монопрофильных городов – инновационно-технологических центров / М.О. Гладких; [науч.ред. Ю.И. Трещевский]. – Воронеж: Экономический факультет ВГУ, 2014. – С. 88.

тенденции как: уменьшение предложения по ряду предлагаемых услуг в силу изменения профиля деятельности организаций; происходит «вымывание» товаров и услуг, реализуемых и производимых по ценам, доступным для населения с низким уровнем доходов; растет предложение услуг для потребителей с высокими доходами.

Как на российском, так и на региональном рынке услуг существует ряд проблем, среди которых можно выделить их (услуг) невысокую рентабельность деятельности. Даже у лидеров потребительской сферы рентабельность редко поднимается выше 10%, что является невысоким показателем для российских условий. Одной из причин низкой рентабельности являются длительные сроки окупаемости инвестиционных проектов. К другим проблемам рынка услуг можно отнести:

- низкое качество предоставляемых услуг;
- низкая квалификация значительной части персонала;
- устаревшая техника;
- чрезмерное количество проверок, оказывающих отрицательное воздействие на деятельность организаций;
- использование методов «нечестной» конкуренции.

С точки зрения перспектив развития потребительской сферы региона следует отметить, что Воронежская область характеризуется благоприятным экономико-географическим положением в центре европейской части России – близко расположены промышленно развитые регионы, развиты транспортные коммуникации, связывающие область с Центром и Югом страны.

На рынке услуг Воронежская область на протяжении всего анализируемого периода занимает третье место в макрорегионе, уступая только Москве и Московской области по большинству параметров потребительской сферы. По объему предоставляемых услуг населению Воронежская область в 2010-2014 годах занимала 4-е место в макрорегионе, в 2015 – 2016 гг. – 5-е место. Регион обладает значительным количеством дистрибьюторских компаний, имеющих филиалы в областях Черноземья, Центральной России.

Объем предоставляемых услуг населению в Воронежской области в 2014, 2015, 2016 гг. составил, соответственно, 13223 млн. руб., 15711 млн. руб., 16322 млн. руб.¹¹⁰ Объем предоставляемых услуг населению увеличился в 2016 г. по сравнению с 2014 г. На 3100 млн. руб. (на 23,4%).

По данным Росстата по Воронежской области нами была проведена оценка следующих характеристик потребительской сферы региона:¹¹¹

- динамика и структура хозяйствующих субъектов, конкурирующих на рынках;

- уровень конкуренции на рынках товаров и услуг;

- удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг и состоянием ценовой конкуренции;

- состояние административных барьеров, препятствующих появлению новых конкурентов на рынках в разрезе муниципальных образований Воронежской области;

- состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров, характеризующих состояние конкуренции на региональных рынках товаров и услуг.

Анализ показал следующие результаты.

В настоящее время в области осуществляют деятельность свыше 115,6 тыс. хозяйствующих субъектов во всех сферах экономики (из них 60,4 тыс. – юридические лица и 55,3 тыс. индивидуальные предприниматели). За 2016 год общее их количество увеличилось на 3,6 тыс.ед., или на 3,2%, при этом отмечен рост, как количества юридических лиц (103,2%), так и числа индивидуальных предпринимателей (103,3%), (рисунок 9). Число хозяйствующих субъектов, конкурирующих на рынке, в наибольшей мере определяют уровень конкуренции. Конкурентную среду следует считать развитой, если на рынке присутствует значительное число конкурентов с равными силами.

¹¹⁰ Воронежская государственная статистика. – (<http://voronezhstat.gks.ru/>). – (дата обращения: 25.04.2017).

¹¹¹ Воронежская государственная статистика. – (<http://voronezhstat.gks.ru/>). – (дата обращения: 25.04.2017).

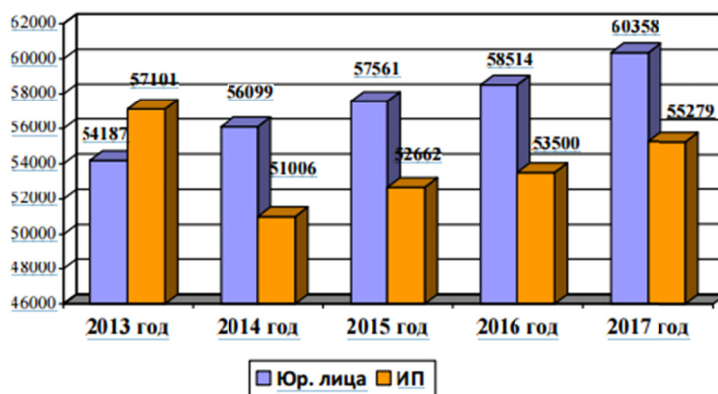


Рисунок 9 – Число хозяйствующих субъектов в Воронежской области¹¹²

Экономику Воронежской области следует считать конкурентной (рисунок 10).

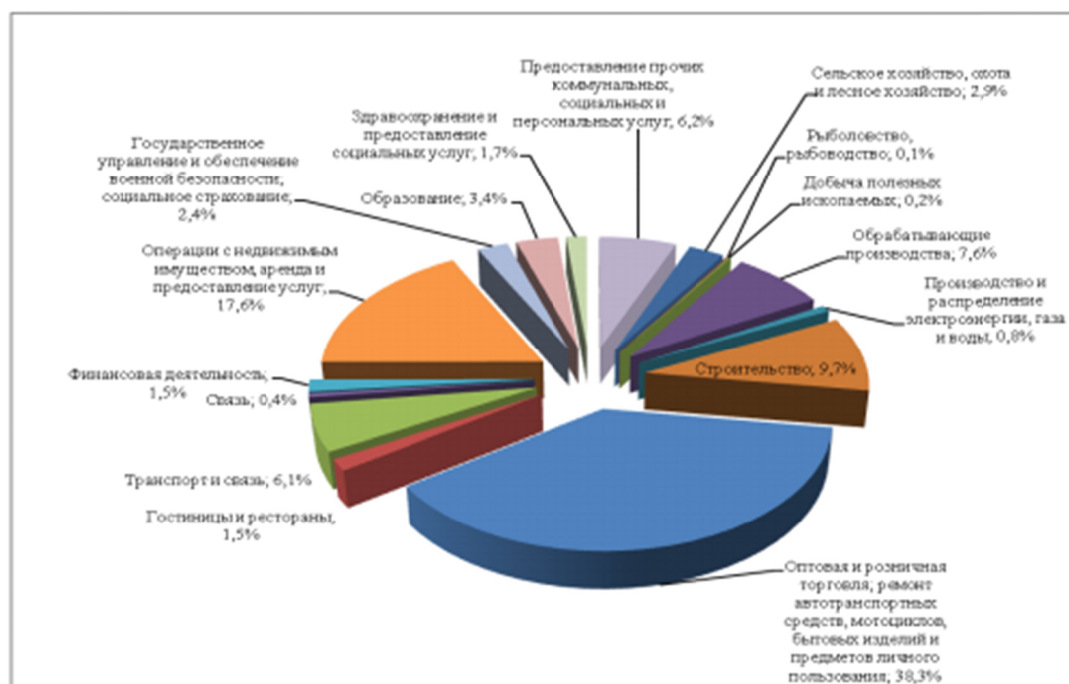


Рисунок 10 – Структура организаций Воронежской области по видам экономической деятельности на начало 2017 года (на основании данных Росстата)¹¹³

В общем количестве организаций по видам экономической деятельности на начало 2017 года наибольшие доли занимали: оптовая и розничная тор-

¹¹² Воронежская государственная статистика. – (<http://voronezhstat.gks.ru/>). – (дата обращения: 25.04.2017).

¹¹³ Воронежская государственная статистика. – (<http://voronezhstat.gks.ru/>). – (дата обращения: 25.04.2017).

говля – более 38% (в 2016 году – около 37%), операции с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг – 17,6% (2016 год - 17,6%), строительство – 9,7% (9,5%), обрабатывающие производства – 7,6% (7,8% в 2016 году). Для Воронежской области характерна высокая доля организаций в сфере строительства, образования, здравоохранения и предоставления социальных услуг (выше, чем в среднем по Российской Федерации и ЦФО).

В то же время, более 10% добавленной стоимости производится на 40 крупных и средних предприятиях региона, относящихся к таким видам экономической деятельности, как химическое производство, производство электроэнергии, транспортных средств, металлических изделий, строительных конструкций, электрических машин и оборудования, сельское хозяйство и транспорт.¹¹⁴ По данным Управления Федеральной антимонопольной службой России по Воронежской области, в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке свыше 35%, включено 125 субъектов предпринимательства, оказывающих услуги в 205 сегментах различных рынков, из них:

- в сегменте услуг по теплоснабжению, продаже и передаче тепловой энергии – 72 субъекта;
- в сегменте услуг по водоотведению и водоснабжению – 20 субъектов;
- в сегменте услуг розничной торговли лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами – 20 субъектов;
- в сегменте услуг по сбору, вывозу и захоронению твердых бытовых отходов – 10 субъектов;
- на рынке похоронных услуг – 9 субъектов.

В 76 сегментах рынков функционируют хозяйствующие субъекты, имеющие долю на рынке более 65% и оказывающие решающее влияние на общие условия обращения товаров в соответствующем секторе экономике.

¹¹⁴ Воронежская государственная статистика. – (<http://voronezhstat.gks.ru/>). – (дата обращения: 25.04.2017).

Наибольшее количество таких субъектов занято производством (реализацией) товаров и оказанием услуг в условиях естественной монополии.

Важной характеристикой конкурентной среды на рынках товаров и услуг является доля негосударственной (немуниципальной) формы собственности. В 2016 году в Воронежской области продолжилась тенденция сокращения доли организаций с преобладающей долей государственного и муниципального участия. Доля организаций частной формы собственности составила 86,8% от общего количества организаций, доля организаций государственной и муниципальной форм собственности – 7,9%; собственности общественных и религиозных организаций – 3,2%.



* График сформирован на основе данных Росстата

Рисунок 11 – Динамика доли организаций государственной и муниципальной форм собственности в Воронежской области¹¹⁵

В 2016 году доля частных организаций увеличилась на 1,5 процентных пункта и составила в 2016 году 86,8 %. Впервые было превышено среднероссийское значение (86,5%). В среднем по РФ произошло снижение этой доли на 0,3 п.п., в ЦФО снижение составило 0,6 процентных пункта. Наибольший рост доли частного бизнеса (на 3,6 п.п.) произошел в сегментах услуг рынка услуг жилищно-коммунального хозяйства (электро-, газо-, тепло-, водоснабжения и водоотведения). Почти на 3 п.п. увеличилась доля частного бизнеса

¹¹⁵ Воронежская государственная статистика. – (<http://voronezhstat.gks.ru/>). – (дата обращения: 25.04.2017).

в сегменте реализации территориальных программ обязательного медицинского страхования, а также на рынке услуг социального обслуживания населения. В целом в Воронежской области доля частных предприятий ниже среднего значения по ЦФО. Наиболее низкая доля хозяйствующих субъектов негосударственной и немуниципальной формы собственности характерна для таких рынков товаров и услуг Воронежской области, как:

- услуги социального обслуживания населения;
- услуги дошкольного образования;
- услуги в сфере отдыха и оздоровления детей;
- дополнительное образование детей;
- ранняя диагностика, социализация и реабилитация детей с ОВЗ (в возрасте до 6 лет);
- услуги в сфере культуры.

Высокая доля государственных и муниципальных организаций ограничивает вхождение новых субъектов на рынки товаров и услуг области. В связи с этим в региональный план мероприятий по содействию развитию конкуренции включен ряд мероприятий, направленных на развитие частного сектора и социального предпринимательства.

Положительным фактом развития конкуренции является опережающий рост количества индивидуальных предпринимателей на рынках услуг образования (116,9% к 2015 году), здравоохранения (108,6%), транспорта и связи (109,1%), прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (106,5%), услуг гостиниц и ресторанов (111,1%), в секторах рыбоводства (106,3%) и сельского хозяйства (108,2%).

В то же время зафиксировано незначительное снижение количества индивидуальных предпринимателей на рынках оптовой и розничной торговли и финансовой деятельности. Динамика количества индивидуальных предпринимателей, крестьянских (фермерских) хозяйств Воронежской области по видам экономической деятельности представлена в таблице 20.

Таблица 20 – Динамика количества индивидуальных предпринимателей, крестьянских (фермерских) хозяйств Воронежской области¹¹⁶

Вид экономической деятельности	2014г. (единиц)	2015г. (единиц)	2016г. (единиц)	2016г. к 2015г., в %	2016г.к 2014г., в %
Всего:	52662	53500	55279	103,3	105,3
в том числе:					
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3193	3397	3674	108,2	115,1
Рыболовство, рыбоводство	134	142	151	106,3	112,7
Обрабатывающие производства	2207	2261	2299	101,7	104,2
Добыча полезных ископаемых	-	-	2	-	-
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	14	13	17	130,7	121,4
Строительство	1376	1425	1637	114,9	118,9
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	28933	28570	28161	98,5	97,3
Гостиницы и рестораны	950	1075	1194	111,1	125,7
Транспорт и связь	7290	7603	8294	109,1	113,8
Финансовая деятельность	361	392	355	90,5	98,3
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	5082	5449	6110	112,1	120,2
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; Социальное страхование	-	-	6	-	-
Образование	160	177	207	116,9	129,4
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	358	370	402	108,6	112,3
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	2422	2594	2763	106,5	114,1

В Воронежской области в 2016 году вновь создано 17 502 хозяйствующих субъектов, что на 6,1% выше уровня 2015 года (таблица 19). Наибольший рост количества вновь созданных хозяйствующих субъектов произошел

¹¹⁶ Закон Воронежской области от 19.06.2015 № 114-ОЗ «О стратегическом планировании в Воронежской области». – (<http://www.consultant.ru/>). – (дата обращения: 25.04.2017).

в сферах: сельскохозяйственного производства (124,5%), транспорта и связи(123,0%), операций с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг (121,1%), строительства (116,5%), здравоохранения и предоставления социальных услуг (113,1%). В секторе обрабатывающих производств начали функционирование в 2016 году 772 субъекта предпринимательства (109,2%), в сельском хозяйстве – 767 субъектов (124,5%). В то же время отмечено замедление динамики числа вновь созданных организаций и индивидуальных предпринимателей в сфере образования – 92 ед. (92,9%). Около половины (45,8%) новых субъектов предпринимательства созданы в сфере торговли и услуг по ремонту (динамика к 2015 году составила 96,6%), 2488 – на рынке операций с недвижимым имуществом, (121,1%), 2474 – в секторе транспорта и связи (123%). Распределение вновь созданных хозяйствующих субъектов по видам экономической деятельности, учтенных в территориальном разделе Стратегии Росстата по Воронежской области, представлено на рисунке 12.

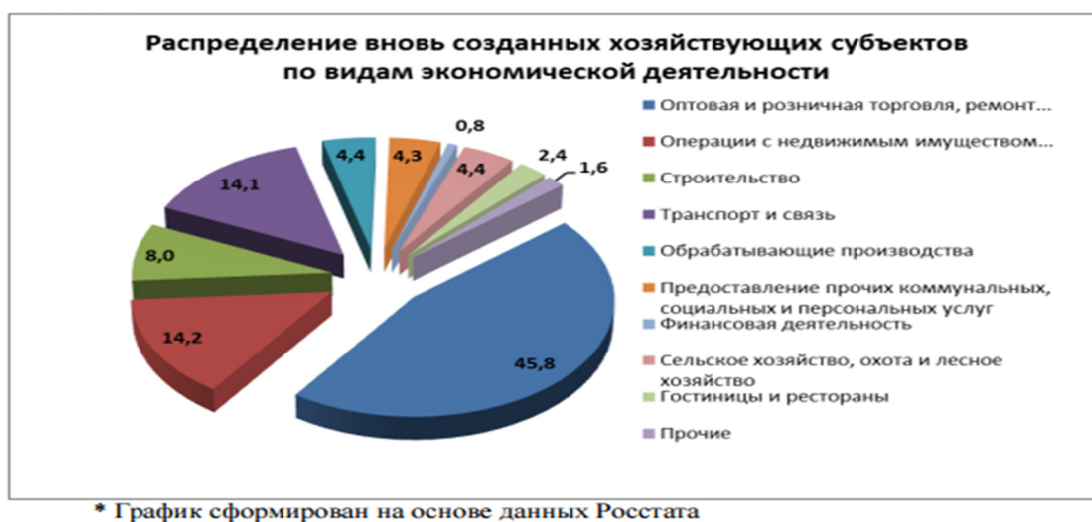


Рисунок 12 – Распределение вновь созданных хозяйствующих субъектов по видам экономической деятельности¹¹⁷

¹¹⁷ Закон Воронежской области от 30.06.2010 № 65-ОЗ «О Стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2020 года» (в ред. от 02.03.2015 № 33-ОЗ). – (<http://www.consultant.ru/>).– (дата обращения: 25.04.2017).

Как видим, интерес начинающих предпринимателей в наибольшей степени зафиксирован в сфере торговли и услуг по ремонту.

Таблица 21 – Динамика количества вновь созданных организаций и индивидуальных предпринимателей в Воронежской области¹¹⁸

Вид экономической деятельности	2015г.	2016г.	2016г. к 2015г., в %
	(единиц)	(единиц)	
Всего объектов	16492	17502	106,1
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	8298	8015	96,6
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	2054	2488	121,1
Строительство	1200	1398	116,5
Транспорт и связь	2012	2474	123,0
Обрабатывающие производства	707	772	109,2
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	699	749	107,2
Финансовая деятельность	205	137	66,8
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	616	767	124,5
Гостиницы и рестораны	389	428	110,0
Образование	99	92	92,9
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	99	112	113,1
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	50	28	56,0
Рыболовство и рыбоводство	39	28	71,8
Добыча полезных ископаемых	20	12	60,0
Деятельность домашних хозяйств	5	2	40,0

На развитие конкуренции в регионе указывает и рост малого и среднего предпринимательства, увеличение его доли в общеэкономическом обороте региона и муниципальных образований¹¹⁹.

¹¹⁸ Закон Воронежской области от 30.06.2010 № 65-ОЗ «О Стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2020 года» (в ред. от 02.03.2015 № 33-ОЗ). – (<http://www.consultant.ru/>). – (дата обращения: 25.04.2017).

¹¹⁹ По данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 10.01.2017 на территории Воронежской области осуществляли деятельность 84 229 субъектов малого бизнеса (на 01.01.2016 – 77 550, (+ 8,6%), из них – 363 (+12%) средних предприятия, 4727 (+15,2%) малых предприятий, 25111 (+28%) микропредприятий и 55279 (+3,3%) индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица. В 2016 году вырос оборот продукции (услуг) малых предприятий (в том числе – микропредприятиями). Оборот малых предприятий (без НДС, акцизов и других аналогичных платежей) по предварительным данным составил 669, 4 млрд. рублей (на 01.01.2015 – 627, 9 млрд. рублей, + 6,6%). В разрезе муниципальных районов и городских округов области наибольшее число субъектов малого и среднего предпринимательства в расчете на

В ходе мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг Воронежской области проведена оценка существующего уровня конкуренции с использованием пятибалльной шкалы (5 баллов – очень высокая конкуренция, 0 баллов – конкуренция отсутствует). Результаты оценки уровня конкуренции на рынках товаров и услуг Воронежской области отражены в таблице 22. Средний балл по каждому рынку определен на

Таблица 22 – Уровень конкуренции на рынках товаров и услуг Воронежской области¹²⁰

Уровни конкуренции	Число конкурентов не изменилось	Число конкурентов увеличивается
1	2	3
Высокая конкуренция (свыше 3 баллов)	Рынок услуг связи Рынок банковских услуг Рынок строительных материалов	Розничная торговля Рынок услуг грузоперевозок Рынок консалтинговых услуг Рынок ремонта и технического обслуживания вычислительной техники
Умеренная конкуренция (свыше 2,5 до 3 баллов)	Рынок услуг перевозок пассажиров автотранспортом Рынок услуг в сфере культуры Рынок лекарственных средств Рынок жилья	Рынок сельскохозяйственной техники Рынок свежей фруктово-ягодной продукции Рынок овощной продукции Рынок туристических услуг Рынок общественного питания Рынок сахара Рынок мяса и мясной продукции Рынок молока и молочной продукции
Слабая конкуренция (свыше 2 до 2,5 баллов)	Рынок услуг страховых компаний	Рынок услуг дошкольного образования Рынок услуг детского отдыха и оздоровления Рынок услуг дополнительного образования детей Рынок медицинских услуг Рынок мебельной продукции

10 тысяч человек населения в 2016 году составило в Воронеже (552 ед. в расчете на 10 тыс. человек населения), Рамонском муниципальном районе – 398 ед. Борисоглебском городском округе – 340 ед.), Павловском муниципальном районе – 327 ед., в Богучарском муниципальном районе – 323 ед.

¹²⁰ Закон Воронежской области от 30.06.2010 № 65–ОЗ «О Стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2020 года» (в ред. от 02.03.2015 № 33–ОЗ). – (<http://www.consultant.ru/>). – (дата обращения: 25.04.2017).

Низкая конкуренция (свыше 1,5 до 2 баллов)	Управление многоквартирными домами Вывоз твердых бытовых отходов Предоставление услуг по электроснабжению Предоставление услуг по газоснабжению	Рынок рыбы и рыбной продукции
Крайне низкая конкуренция (до 1,5 баллов)	Предоставление услуг по водоснабжению и теплоснабжению	Рынок услуг социального обслуживания населения Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья

основании результатов опросов субъектов предпринимательской деятельности об уровне конкурентной борьбы на соответствующем рынке.

Результаты проведенной оценки свидетельствуют, что в целом по области по сравнению с 2015 годом повысился уровень конкуренции среды и, одновременно, отмечается ее неоднородность на разных товарных рынках. Положительной тенденцией является рост числа конкурентов на большинстве региональных рынков, включенных в перечень приоритетных и социально значимых для содействия развитию конкуренции.

Для формирования системы программно-целевого управления развитием потребительской сферы товаров и услуг, необходимо проанализировать основные показатели, характеризующие социально-экономическое положение Воронежской области в прошедшем году (таблица 23).

Данные, представленные в таблице 23, демонстрируют положительную динамику большинства показателей. Так, выявлен рост оборотных средств

Таблица 23 – Показатели социально-экономического положения Воронежской области

Показатели	Абсолютные данные		в % к		Справочно: январь- февраль 2016 г. в % к январю- февралю 2015
	февраль 2017 г.	январь - февраль 2017 г.	февра лю 2016 г.	январю- февра лю 2016 г.	
Оборот организаций, млн рублей	106367,1	210421,6	103,7	112,1	104,3
Индекс промышленного производства	X	X	91,7	104,3	104,4
Объем выполненных работ по виду деятельности «Строительство». млн рублей	2621,2	4905,2	91,1	72,6	87,9
Объем продукции сельского хозяйства, млн рублей	3137,6	14791,5	1 10,0	109,1	106,1
Грузооборот автомобильного транспорта всех видов деятельности (без субъектов малого предпринимательства), млн т-км	61,2	122,0	109,2	111,8	99,5
Оборот розничной торговли, млн рублей	39472,4	77861,1	99,1	98,1	98,2
Объем платных услуг населению, млн рублей	10143,6	20650,3	100,9	103,1	99,7
Реальные денежные доходы	X	X	107,3	X	94,5
Среднемесячная начисленная заработная плата одного работника: номинальная, рублей	25002,4	X	107,6	X	102,3
реальная	X	X	102,6	X	93 1
Численность официально зарегистрированных безработных. тыс. человек	12,7	12,4	87,9	88,9	114,1
Индекс потребительских цен на товары и услуги	X	X	100,2	100,6	101,6
Индекс цен производителей промышленных товаров ¹¹	X	X	99,43	98,9	103,6

организаций, объема продукции сельского хозяйства, грузооборота, реальных денежных доходов, уровня среднемесячной заработной платы. Стоит отметить, что оборот розничной торговли в области снижался на 1 – 2 % как в 2016 так и в 2017 году. В настоящее время имеет место снижение

объемов строительства. Для развития потребительской сферы товаров и услуг области, необходимо уделить внимание факту снижения объемов розничной торговли. Возможно, что ее форматы заметно устарели и требуют поддержки в реформировании. При этом стоит учесть, что в Воронежской области стремительно развиваются крупные торговые сети как федерального, так и областного значения: «Ашан»; «Окей»; «Лента»; «Тандер» сеть магазинов «Магнит», «Пятью Пять», «Карусель».

В целом, сфера розничной торговли Воронежской области характеризуется достаточно высокими показателями развития, растущей долей современных форматов и высокой долей субъектов малого и среднего предпринимательства.

В таблице 24 отражены данные о количестве предприятий и организаций в Воронежской области на 1 апреля 2017 года.

Предприятия оптовой и розничной торговли, а также ремонта автотранспортных средств и мотоциклов занимают наибольший удельный вес в количестве хозяйствующих субъектов Воронежской области (22 407 ед., 38%).

Для разработки стратегии развития потребительской сферы товаров и услуг Воронежской области, важными для анализа показателями являются:

- распределение доходов населения по уровням;
- состав денежных доходов населения;
- величина прожиточного минимума;
- изменение покупательной способности среднедушевых денежных доходов населения.

Таблица 24 – Количество хозяйствующих субъектов по Воронежской области ¹²¹

Наименование вида экономической деятельности	Количество субъектов, единиц	В % к итогу
Всего по области	58943	100,0
<i>в том числе:</i>		
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство, рыбовод-	1744	3,0
Добыча полезных ископаемых	127	0,2
Обрабатывающие производства	4096	7,0
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	347	0,6
Водоснабжение: водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	409	0,7
Строительство	5771	9,8
Торговля оптовая и розничная: ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	22407	38,0
Транспортировка и хранение	3109	5,3
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	891	1,5
Деятельность в области информации и связи	1302	2,2
Деятельность финансовая и страховая	909	1,5
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	3743	6,4
Деятельность профессиональная, научная и техническая	4382	7,4
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	1772	3,0
Государственное управление и обеспечение военной безопасности: социальное обеспечение	1432	2,4
Образование	2018	3,4
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	895	1,5
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	1052	1,8
Предоставление прочих видов услуг	2527	4,3
Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству товаров и оказанию услуг для собственного потребления	5	0,0
Конкретные виды экономической деятельности не установлены	5	0,0

¹²¹ Официальный сайт Воронежстат. – URL: / <http://voronezhstat.gks.ru/> (дата обращения 12.04.2017)

Доходы населения, обеспечивая личное потребление, определяющим образом влияют на уровень и качество жизни. Распределение доходов населения по уровням представлено на рисунке 13.

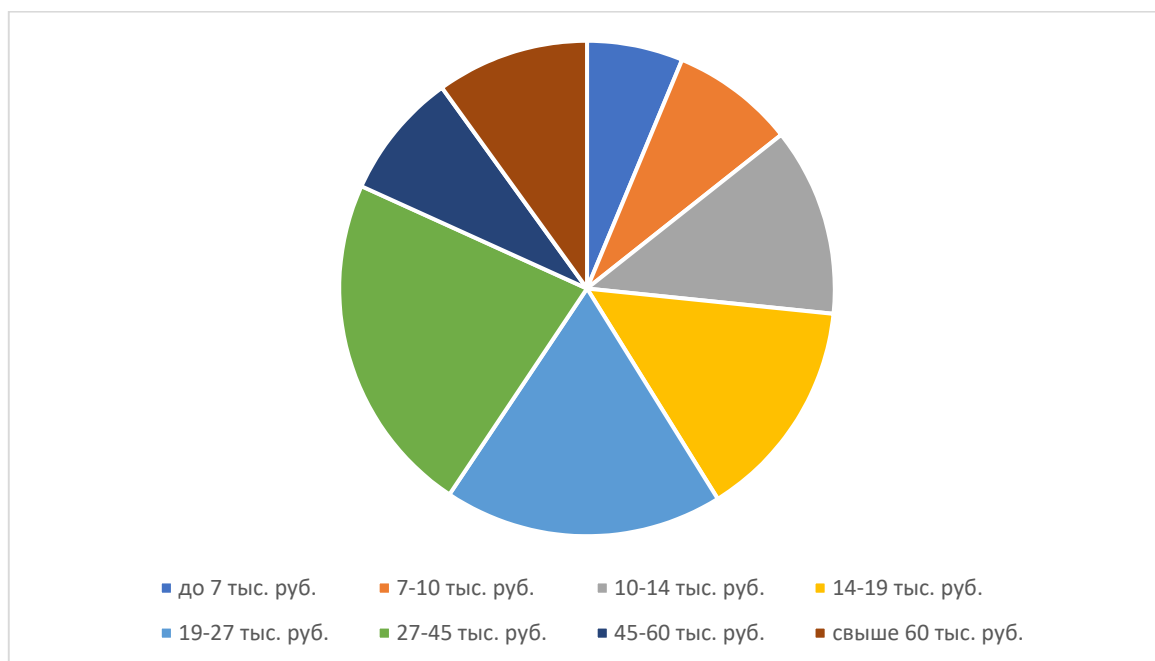


Рисунок 13 – Распределение населения Воронежской области по размеру среднедушевого месячного денежного дохода (2015 год).

Распределение населения области по размеру среднедушевого денежного дохода за 2015 год показало, что доходы ниже среднего уровня имели 64,9 процента населения, что является серьезным препятствием для развития потребительского рынка региона.

Среднедушевые денежные доходы десятипроцентной группы населения с наивысшими доходами в 2015 году составили в среднем за месяц 91205 рублей, тогда как у 10 % наименее обеспеченных они не превысили 5895 рублей.

Состав денежных доходов населения отражен в таблице 25. Из таблицы видно, что в 2015 г. по сравнению с 2014 г по всем видам денежных доходов населения Воронежской области происходит существенное увеличение. Так доходы от предпринимательской деятельности увеличились на 9,1%, оплата труда выросла на 2,4%; социальные выплаты увеличились на 9,0%, доходы от собственности выросли на 10,8%.

Таблица 25 – Состав денежных доходов населения Воронежской области

Денежные доходы	2014	2015
В том числе: доходы от предпринимательской деятельности	78740,8 млн руб. (11,1%)	86646,1 млн руб. (10,3%)
Оплата труда	221887,2 млн руб. (31,1%)	227117,8 млн руб. (26,9%)
Социальные выплаты	132877,4 млн руб. (18,6%)	144777,2 млн руб. (17,2%)
Доходы от собственности	28154,4 млн руб. (3,9%)	31200,1 млн руб. (3,7%)
Другие доходы	251384,7 млн руб. (35,3%)	352939,0 млн руб. (41,9%)

Величина денежных доходов предопределяет величину потребительских расходов населения. На сегодняшний день потребительское поведение в Воронежской области различных доходных групп населения является весьма дифференцированным. Это проявляется в различии стандартов и стереотипов потребления, присущих каждой доходной группе. Потребительское поведение малоимущего населения Воронежской области по большей части определяется их низким материальным достатком, который диктует им единый стандарт потребления ввиду недоступности других. Особенности потребительского поведения состоятельных индивидов в решающей степени обусловлены доходами от собственности, и дифференциация поведения реализуется в распределении богатства (акций, недвижимого имущества и т. п.).¹²² Отсутствие учета такого рода собственности не дает возможности в полной мере оценить степень дифференциации как источников, формирующих потребительское поведение, так и самого этого поведения.

Низкий уровень доходов и потребления основной массы населения Воронежской области обуславливает сужение объема конечного рыночного спроса на товары и услуги, что в свою очередь ограничивает перспективы развития отечественного производства, поскольку динамика промышленного производства следует за динамикой спроса.

¹²² Голикова Г.В. Организация мониторинга социально-экономических подсистем региона / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Государственная и муниципальная служба в России: опыт, проблемы, перспективы развития: мат. VIII всероссийская научно-практическая конференция (30.10.15) – Воронеж. ИПЦ «Научная книга», 2015. – С. 51-55.; Голикова Г.В. Потребительский рынок г. Воронежа: состояние, проблемы, перспективы / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Проблемы и перспективы современной экономики: сб. ст. Вып. 4 – Воронеж. ИСТОКИ, 2018. – С. 64-69.

Вместе с тем проблемы, связанные с дифференциацией доходов населения, снижением спроса на продукцию, товары и услуги, социальная напряженность требуют непосредственного вмешательства со стороны государства. Стратегией социально-экономического развития России до 2020 года определены приоритеты развития, в соответствии с которыми обеспечение достойного уровня и качества жизни населения являются определяющими.¹²³

Прожиточный минимум является показателем объема и структуры потребления важнейших материальных благ и услуг минимально допустимого уровня, обеспечивающего поддержание активного физического состояния взрослых, социального и физического развития детей и подростков. Величина прожиточного минимума по некоторым областям ЦФО (центрального федерального округа) за 2016 год представлена в таблице 26¹²⁴;

Таблица 26 – Величина прожиточного минимума по некоторым областям ЦФО (центрального федерального округа) за 2016 год

Административно-территориальные образования	Все население	В том числе по социально-демографическим группам		
		Трудоспособное население	пенсионеры	дети
РФ	9889	10678	8136	9668
Владимирская область	9092	9885	7668	8945
<u>Воронежская область</u>	<u>8121</u>	<u>8808</u>	<u>6834</u>	<u>7856</u>
Липецкая область	8313	8950	6981	8367
Тамбовская область	8268	8990	6968	8112

Из таблицы 26 заметно, что показатели величины прожиточного минимума в Воронежской области относительно других регионов (Липецкой, Тамбовской, Владимирской областей) заметно ниже.

Изменение покупательной способности среднедушевых денежных доходов населения отражено в таблице 27.

¹²³ Стратегия социально-экономического развития ЦФО на период до 2020 года [Электронный ресурс] :<http://cfo.gov.ru/acts/3> [Дата обращения 05.05.2017]

¹²⁴ Установлена постановлением Правительства Воронежской области от 23.01.2017 г. № 40. Основанием для расчетов прожиточного минимума является потребительская корзина, установленная Законом «О потребительской корзине в Воронежской области» от 26.04.2013 года № 51-ОЗ.

Таблица 27 – Покупательная способность населения Воронежской области в сравнении с соседними регионами ¹²⁵

Товары	Регионы ЦЧР				
	Белгородская область	Воронежская область	Курская область	Липецкая область	Тамбовская область
Продовольственные товары, кг					
Говядина (кроме бескостного мяса)	90,5	98,0	81,5	90,1	72,3
Рыба мороженая	186,9	204,0	155,1	189,2	148,6
Масло сливочное	70,8	74,9	61,1	67,8	61,9
Масло подсолнечное	257,2	300,6	218,5	258,6	212,6
Молоко цельное, литров	562,7	528,9	438,7	467,3	399,6
Яйца куриные, штук	4015	4246	3423	4077	3330
Сахар-песок	489,9	515,3	429,5	497,7	409,3
Мука пшеничная	780,6	918,8	712,7	846,4	717,6
Хлеб и хлебобулочные изделия из пшеничной муки	514,6	436,3	498,3	445,5	345,0
Рис шлифованный	439,9	496,9	464,5	450,0	373,3
Крупа гречневая-ядрица	404,8	444,6	362,0	402,5	332,4
Макаронные изделия из муки высшего сорта	571,1	701,8	465,4	558,8	518,5
Картофель	1717,7	1773,7	1657,4	1969,3	1300,1
Непродовольственные товары, штук					
Брюки мужские	19,0	14,5	12,9	12,9	14,1
Сорочка мужская	25,0	25,5	23,5	25,6	21,1
Блузка женская	15,0	18,0	13,6	15,3	13,1
Юбка женская	16,0	16,7	12,5	15,6	13,4
Джемпера для взрослых	18,0	17,9	14,1	15,2	13,7
Бензин, литров	718,2	758,8	624,3	704,7	616,2
Платные услуги, оказываемые населению, платежей					
Проезд в городском муниципальном автобусе, поездок	1679	1848	1623	1643	1418
Абонентская плата за неограниченный объем местных телефонных соединений	58	62	49	57	50
Плата за жилье в домах государственного и муниципального жилищного фонда, кв. м общей площади	1201	1049	1082	1487	1264
Водоснабжение холодное и водоотведение, куб. м	884	683	677	643	558
Водоснабжение горячее, куб. м	262	212	184	200	182
Электроэнергия в квартирах, кВт. ч	8536	9917	7562	9214	7335
Газ сетевой	300	338	279	581	197

Данные таблицы 27 свидетельствуют, что население Воронежской области опережает жителей других областей (Белгородской, Липецкой, Там-

¹²⁵ Воронежская государственная статистика. – (<http://voronezhstat.gks.ru/>). – (дата обращения: 25.04.2017).

бовской, Курской) по возможностям покупки говядины, мороженой рыбы, подсолнечного и сливочного масла, куриных яиц, сахара, пшеничной муки, риса, гречневой крупы, макаронных изделий, женских блузок и юбок, бензина, оплаты за проезд в городском муниципальном автобусе, электроэнергии и абонентской платы за телефон.

Покупательная способность зависит от уровня денежных доходов населения и уровня цен на конкретные товары (услуги). Среднемесячная начисленная заработная плата одного работника за январь-декабрь 2016 года составила 26 757,7 рубля и увеличилась по сравнению с соответствующим периодом 2015 года на 6,4 процента. Средний размер назначенных пенсий на 1 января 2017 года составил 11 483,7 рубля против 11 160,6 рубля на 1 января 2016 года. Ежемесячный среднедушевой денежный доход населения Воронежской области за январь-декабрь 2016 года составил 29 759,3 рубля и уменьшились по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года на 1,2 процента.

Реальные денежные доходы (номинальные денежные доходы, скорректированные на индекс потребительских цен) в январе-сентябре уменьшились по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года на 5,3 процента. Снизилась покупательная способность и на многие виды непродовольственных товаров. На рынке платных услуг наблюдалось снижение покупательной способности населения по плате за отопление (на 8 %), горячее водоснабжение (на 6 %), электроэнергию и жилье (на 5 %), сетевой газ (на 4 %). Средний житель области на свои денежные доходы мог совершить в городском автобусе на 78 поездок (на 4 %) меньше, чем в январе-сентябре 2015 года.

Обобщение вышеизложенного позволяет сделать следующие выводы.

Проведенный анализ состояния и развития потребительского рынка Воронежской области показывает, что существенными факторами развития потребительской сферы региона являются: распределение доходов населения по уровням; состав денежных доходов населения; величина прожиточного

минимума; изменение покупательной способности среднедушевых денежных доходов населения.

В потребительской сфере региона проявились такие негативные тенденции как: уменьшение предложения по ряду предлагаемых услуг в силу изменения профиля деятельности организаций, происходит «вымывание» товаров и услуг, реализуемых и производимых по ценам, доступным для населения с низким уровнем доходов, растет предложение услуг для потребителей с высокими доходами.

К существенным проблемам рынка услуг в регионе относятся: низкое качество ряда услуг; наличие персонала низкой квалификации; устаревшая техника; чрезмерное количество проверок, оказывающих отрицательное воздействие на деятельность организаций; использование методов «нечестной» конкуренции.

Потребительская сфера Воронежской области обладает следующими характеристиками:

- высоким и растущим уровнем конкуренции; неоднородностью состояния конкурентной среды в разных сегментах потребительского рынка;
- диверсифицированным предложением на рынке товаров и услуг при преобладании организаций, функционирующих в сферах торговли, операций с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг;
- высоким сосредоточением организаций, функционирующих на монополизованных рынках, в сегментах услуг: по теплоснабжению, продаже и передаче тепловой энергии; водоотведению и водоснабжению; розничной торговли лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами; по сбору, вывозу и захоронению твердых бытовых отходов; похоронных услуг;
- снижающейся долей государственных, муниципальных организаций и организаций, находящихся в собственности общественных организаций;

- низкой долей частного сектора в секторе медицинских и образовательных услуг, что препятствует вхождению на рынок новых экономических субъектов;

- опережающим ростом количества индивидуальных предпринимателей на рынках услуг образования, здравоохранения, транспорта и связи, прочих коммунальных, социальных и персональных услуг, услуг гостиниц и ресторанов, в секторе рыбоводства и сельского хозяйства;

- снижением доли частных предпринимателей в секторе оптовой и розничной торговли;

- быстрым ростом количества вновь созданных хозяйствующих субъектов наблюдается в секторах сельскохозяйственного производства, транспорта и связи, операций с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг, строительства, здравоохранения и предоставления социальных услуг;

- высокими показателями развития розничной торговли, растущей долей современных форматов и высокой долей субъектов малого и среднего предпринимательства;

- диверсифицированным потребительским поведением различных «доходных» групп населения, отражающимся в различии стандартов и стереотипов потребления.

Анализ распределение доходов населения Воронежской области по уровням показал, что доходы ниже среднего уровня в 2015 г. имели 64,9% населения области, что является серьезным препятствием для развития потребительской сферы региона.

Прожиточный минимум является показателем объема и структуры потребления важнейших материальных благ и услуг минимально допустимого уровня. Показатели величины прожиточного минимума в Воронежской области относительно других регионов (Липецкой, Тамбовской, Владимирской областей) заметно ниже.

Денежные доходы населения в 2015 г. по сравнению с 2014 г увеличились, но это увеличение происходило неравномерно, так доходы от предпринимательской деятельности, социальные выплаты и доходы от собственности выросли более чем на 9%, а оплата труда – на 2,4%. При этом реальные денежные доходы снижаются. Снизилась покупательная способность по многим видам непродовольственных товаров и услуг.

Низкий уровень доходов и потребления основной массы населения Воронежской области обуславливает сужение объема конечного рыночного спроса на товары и услуги, что в свою очередь ограничивает перспективы развития производства в регионе, поскольку основу динамики производства создает спрос.

3.2 Механизм согласования стратегической и программной компонент управления потребительской сферой региона

В современных экономических условиях, характеризующихся неустойчивостью внешней и внутренней среды региона, объективно необходима разработка новых подходов и механизмов к развитию потребительского рынка, рассматриваемого в качестве ключевого звена экономики и, во многом, определяющего темпы социально-экономического развития региона.¹²⁶ Перспективным является подход, ориентированный на механизм согласования стратегической и программной компонент управления потребительской сферой региона.

Указанный механизм включает в себя следующие элементы и связи между ними.

¹²⁶Зверев А.В. Теоретические основы модернизации регионального потребительского рынка / А.В. Зверев, О.В. Фетисова // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. - 2011. - № 3. – URL: http://ecrimea.crimea.edu/arhiv/2012/econ_4_2012/023danil.pdf (дата обращения 29.11.2017)

Субъектами программно-целевого управления потребительской сферой товаров и услуг в регионе являются органы государственной власти и местного самоуправления (например, для Воронежской области – Правительство Воронежской области, Департамент экономического развития Воронежской области, Департамент по развитию предпринимательства и потребительского рынка Воронежской области).¹²⁷

Объектом программно-целевого управления потребительской сферой региона является совокупность функционирующих в ней экономических субъектов: бизнес-структур, домохозяйств, институтов гражданского общества, и связей между ними.

Проведенный нами анализ статистического материала и исследований М. Андреева¹²⁸ показал следующее.

Регион занимает стабильные позиции в сфере потребления, постоянно представляя один из наиболее развитых виртуальных кластеров – Б. Следовательно, его потребительской сфере относительно узкий спектр слабых сторон: низкий уровень доходов на душу населения; низкий объем услуг связи, транспортных услуг на душу населения. Это обуславливает необходимость формирования стратегии развития потребительской сферы, четко ориентированной на повышение уровня доходов и развития услуг транспорта и связи. Для реализации стратегии, акцентированной на данных подсистемах потребительской сферы, необходим более подробный анализ ее состояния в регионе.

Воронежский регион – один из крупнейших научных центров Черноземья, который находится на 5-м месте по количеству организаций, выполняющих разработки в сфере новых технологий. Область обладает значительным потенциалом, связанным с возможностями использования природных

¹²⁷Закон Воронежской области от 30 июня 2010 года № 65-оз «О стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2020 года» // Гарант. - <http://docs2.cntd.ru/document/460176192> (дата обращения 29.11.2017)

¹²⁸ Андреев М.В. Анализ экономического потенциала региона / М.В. Андреев // Вестник ВГУ. Серия: экономика и управление – 2015, №3. – С.88-91.

ресурсов. Имеется благоприятная среда для развития сельского хозяйства, производства, торговли, размещения новых организаций, строительства, промышленных предприятий. Территориально-географическое положение Воронежской области является выгодным.

Воронежская область обладает богатым научным потенциалом, занимает второе место после Москвы по количеству учебных заведений и студентов: 39 вузов (117 200 студентов, 220 специальностей), 50 средних специальных учебных заведений (36 400 студентов), 66 научно-исследовательских организаций. Воронежская область по использованию передовых производственных технологий занимает 10-е место, по количеству созданных передовых производственных технологий – 8-е место в ЦФО. В области активно развивается инновационная деятельность.

Население Воронежской области составляет 2,3 млн человек. Трудовые ресурсы Воронежской области составляют 1,2 млн человек (52 %), а в Воронеже – 0,67 млн человек (61 %).

Производственный потенциал региона характеризуется высоким уровнем концентрации на отдельных территориях. До 75 % объема промышленного производства приходится на города Воронеж и Нововоронеж, Лиски и Россошь. Промышленный комплекс области производит свыше 30 % общего объема промышленной продукции Центрально-Черноземного района¹²⁹.

В результате проведенной оценки потребительской сферы Воронежской области (раздел 3.1.) и социально-экономического положения региона, нами определен перечень ее сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (таблица 28). Это необходимо использовать при решении вопроса о направлениях ПЦУ потребительской сферы региона.

¹²⁹ Андреев М.В. Анализ экономического потенциала региона // Вестник ВГУ. Серия: экономика и управление – 2015. – №3. – С.88-91.

Таблица 28 – Комплексный SWOT-анализ развития экономического потенциала Воронежской области в потребительской сфере

Сильные стороны развития потребительской сферы	Слабые стороны развития потребительской сферы
Устойчивый рост объемов розничного оборота, общественного питания и бытовых услуг населению	Отсутствие законодательной базы, регулирующей деятельность и развитие внутреннего потребительского рынка в Российской Федерации, и механизмов взаимодействия между федеральными, региональными и местными структурами.
Развитая сеть транспортных коммуникаций	Отсутствие механизмов регулирования потребительской сферы органами государственной власти субъекта РФ и органами местного самоуправления. Неэффективность государственного контроля и надзора, правоохранительной деятельности государства.
Относительно высокая платежеспособность населения.	Отсутствие развитого оптового звена торговли с соответствующей инфраструктурой (современные складские помещения, оборудование, специализированный транспорт, цеха доработки, расфасовки, упаковки продукции), в т.ч. у предприятий АПК.
Большой рынок сбыта.	Всевозрастающие барьеры для входа в крупные сетевые компании – необходимость уплаты входных бонусов, бонусов за предоставление места в торговом зале.
Выгодное географическое положение для продвижения товаров	Недостаточный ассортимент производимых в области высококачественных потребительских товаров, в т.ч. продовольственных. Отсутствие соответствующих производств в Воронежской области.
Возможности	Угрозы
Расположение региона на пересечении крупнейших железнодорожных и автомобильных магистралей, способствует его развитию внутри Воронежской области как крупнейшего центра оптовой торговли. Регион находится в центре большого потребительского рынка.	Недостаточное внедрение логистических механизмов в процессе оптовой торговли. Недостаточный рост межрегиональных связей в области товародвижения.
Развитие, совершенствование инфраструктуры потребительского рынка, в т.ч. сетевой торговли, за счет использования возможностей внутрирегиональных и внешних инвесторов. Ускоренное развитие предприятий «шаговой доступности», снижение арендной платы, торговой наценки.	Зачастую низкий профессиональный уровень работников потребительской сферы
Создание устойчивых элементов добросовестной конкуренции в отрасли.	Недобросовестная конкуренция со стороны хозяйствующих субъектов других регионов (поглощение, рейдерство и т.д).

Совершенствование системы регулирования потребительской сферы по критерию качества, в том числе с элементами государственной поддержки.	Значительное количество как продовольственных, так и непродовольственных товаров низкого качества, поступающих на потребительский рынок области и изымаемых из оборота управлением Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Воронежской области.
Применение передовых технологий, использование современного оборудования и прогрессивных форм торговли, учета движения товаров и расчетов с покупателями.	

Исходя из анализа сильных слабых сторон, возможностей и угроз экономического потенциала Воронежской области в потребительской сфере, можно выделить следующие основные направления ее совершенствования.

Мы солидарны с Т. Бухтияровой, отмечающей следующие основные цели программно-целевого управления потребительской сферой региона:

- рост объема инвестиций и повышение эффективности деятельности ее объектов;
- увеличение уровня конкурентоспособности отраслей потребительской сферы на региональном, национальном и мировом рынках;
- создание эффективной товаропроводящей системы, соответствующей требованиям инновационного сценария развития экономики региона;
- обеспечение сбалансированного развития и модернизации экономики региона.¹³⁰

Указанная совокупность целей позволяет сформулировать основную функцию программно-целевого управления потребительской сферой – удовлетворение платежеспособного спроса потребителей предложением доста-

¹³⁰Бухтиярова Т.И. Разработка стратегии развития потребительского рынка региона / Т.И. Бухтиярова, Е.Л. Павленко // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 2. – С. 34

точного количества разнообразных безопасных и качественных потребительских товаров и услуг.

В соответствии с ФЗ РФ № 381-ФЗ от 28.12.2009 г. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», положениями, изложенными в разделе 3.1, сформулированными выше целями и функцией считаем оправданным представить следующий состав задач программно-целевого управления потребительской сферой региона:

- государственная координация и нормативно-правовое регулирование деятельности экономических субъектов потребительской сферы;
- обеспечение необходимого уровня организации, пропорционального развития элементов ее инфраструктуры в городских округах и муниципальных районах области;
- развитие инфраструктуры торговли;
- стимулирование развития торговли и услуг в малых и отдаленных населенных пунктах;
- обеспечение необходимого уровня конкуренции;
- поддержка развития малого и среднего бизнеса;
- развитие торговой деятельности предприятий потребительской кооперации;
- формирование механизма обеспечения социальных гарантий и регулирования цен в сфере потребления социально значимых товаров и услуг;
- стимулирование потребительского спроса;
- разработка комплекса мероприятий по профессиональной подготовке и переподготовке работников потребительской сферы;
- защита прав потребителей, совершенствование системы контроля качества и безопасности товаров и услуг.¹³¹

¹³¹ФЗ РФ № 381-ФЗ от 28.12.2009 г. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/ (дата обращения 29.11.2017)

Состояние потребительской сферы регионов зависит от их территориальных особенностей, экономического и социального развития, скорости движения товаров (услуг) в воспроизводственном цикле, объемов и структуры потребления, потребительских предпочтений, емкости и динамики рынка, численности фактических и потенциальных потребителей, уровня и степени дифференциации денежных доходов и расходов населения, оптовых и розничных цен, социально-демографической структуры населения.

Существенным является комплекс мер, обеспечивающих высокий уровень развития товаропроводящей системы на основе усиления хозяйственные связи между производителями и организациями торговли; развития современных форматов и методов обслуживания; повышения качества взаимодействия хозяйствующих субъектов в торговле ¹³².

Одновременно необходимо обеспечить достаточный уровень конкуренции за счет поддержки малого и среднего бизнеса в условиях развития крупных торговых сетей.

Формирование системы мер и программ развития потребительской сферы, по мнению Н. Денисова, обеспечит возможность региональным органам власти реализовывать политику формирования ее (потребительской сферы) инфраструктуры, использовать преимущества системного подхода к формированию и развитию элементов потребительского рынка, обеспечивать эффективность взаимодействия и согласование экономических интересов участников рыночного процесса и социально-экономического развития региона в целом ¹³³.

¹³² Антонюк В.С. Теоретические, методологические и практические аспекты функционирования регионального потребительского рынка / В.С. Антонюк, Н.П. Пасешник // Вестник ЮУрГУ. – 2012. - № 44. – С.98

¹³³ Денисов Н. В. Специфика разработки и внедрения системы региональных мероприятий по стимулированию потребительского спроса в условиях системного кризиса / Н.В. Денисов // Системный кризис мирового глобального хозяйства: национальная модель преодоления: мат-лы междунар. науч.-практ. конф. Тамбов, 2009.

Программно-целевое управление потребительской сферой следует рассматривать в качестве необходимого условия ее развития, активизации предпринимательской деятельности, соблюдения прав и интересов всех участников рынка, улучшения социально-экономического положения региона.

Но мнению В. Белоусова и А. Белоусова, целевая программа представляет собой «плановый комплекс научно-технических, экономических и организационных мероприятий, объединенных одной генеральной (главной) целью, охватывающих ряд стадий процесса «исследование — производство», взаимоувязанных по ресурсам, срокам и исполнителям и осуществляемых под единым менеджментом»¹³⁴. Важным представляется внимание авторов к концептуальной природе целевых программ: целевые программы разрабатываются на основе определенной концепции; представляют собой количественно определенные характеристики реализации принятых целевых установок с указанием важнейших источников и способов привлечения и распределения необходимых для этого средств; включают механизм управления реализацией программы. Вместе с тем, авторы проводят четкую границу между целевой программой и концепцией: «если в концепции формулируются только направления и сценарии работы, а также критерии оценок эффективности, то в самих целевых программах должны быть определены пороговые уровни планируемой эффективности (урожайности, продуктивности, рентабельности, обеспеченности жильем и т.д.)».¹³⁵

Мы разделяем мнение О. Малиновской, И. Скобелевой и А. Бровкиной о компонентах, составляющих содержательную характеристику целевых программ: проведение расходов по целевым программам отдельно от других расходов субъектов бюджетного планирования; наличие собственной статьи

¹³⁴ Белоусов В.И. Инновационный менеджмент в агропромышленном комплексе / В.И. Белоусов, А. В. Белоусов. Воронеж: Изд-во «Истоки», 2008. - С. 165.

¹³⁵ Там же, С. 166.

расходов в бюджетной классификации; определение объемов финансирования и целевых индикаторов выполнения программы (количественная и качественная характеристики результатов деятельности субъектов бюджетного планирования); применение оценки результативности целевых программ (соотношение эффекта и затрат).

Содержание целевой программы управления потребительской сферой региона, на наш взгляд, заключается в развернутом изложении приоритетных целей и задач. В итоге целевая программа представляет собой план последовательных, взаимосогласованных, сбалансированных функций и действий ее участников, обеспечивающих реализацию поставленных целей и задач.

По форме целевая программа — это внешнее выражение её элементов, комплекса программных мероприятий, нормативно закрепленных в конкретных документах.

Содержание целевой программы управления потребительской сферой региона отражается в ее структуре.

Структура целевой программы по форме представляет совокупность подпрограмм и входящих в них разделов.

Содержательная структура программы выступает в виде следующих блоков, отражающих логику программной деятельности: концептуально-целевой, ресурсный, процессуальный, организационный, обеспечивающий и результирующий.

1. Концептуально-целевой блок целевой программы управления потребительской сферой региона содержит определение «дерева целей», с обоснованием их приоритетности, срочности решения, вектора развития, количественно определенными критериями, индикаторами результатов, определяющих в целом концептуальную установку программы.

2. Ресурсный блок целевой программы управления потребительской

сферой региона характеризует обоснование потребности в ресурсном обеспечении в соответствии с составом мероприятий программы, намеченными сроками, очередностью их осуществления. Данный блок обеспечивает сбалансированность всех ресурсов конкретной целевой программы, их связь с ресурсами, выделяемых на иные программы.

3. Процессуальный блок целевой программы управления потребительской сферой региона включает систему мероприятий, заданий, работ, обеспечивающий выполнение программных мероприятий на основе взаимосвязи концептуально-целевого и ресурсного блоков. Повышению эффективности процессов, реализации программы способствуют системность, последовательность, этапность и сбалансированность намечаемых преобразований.

4. Организационный блок целевой программы управления потребительской сферой региона предусматривает координацию, согласование и взаимодействие всех участников программных мероприятий, организационный механизм и процедуры выполнения программы. Данный блок включает контроль за исполнением нормативно-правовых актов, позволяющий выявить связь между целями (конечными результатами) и ресурсами (затратами) программы, внести необходимые коррективы в нормативно-правовую базу (если имеется такая необходимость и возможность).

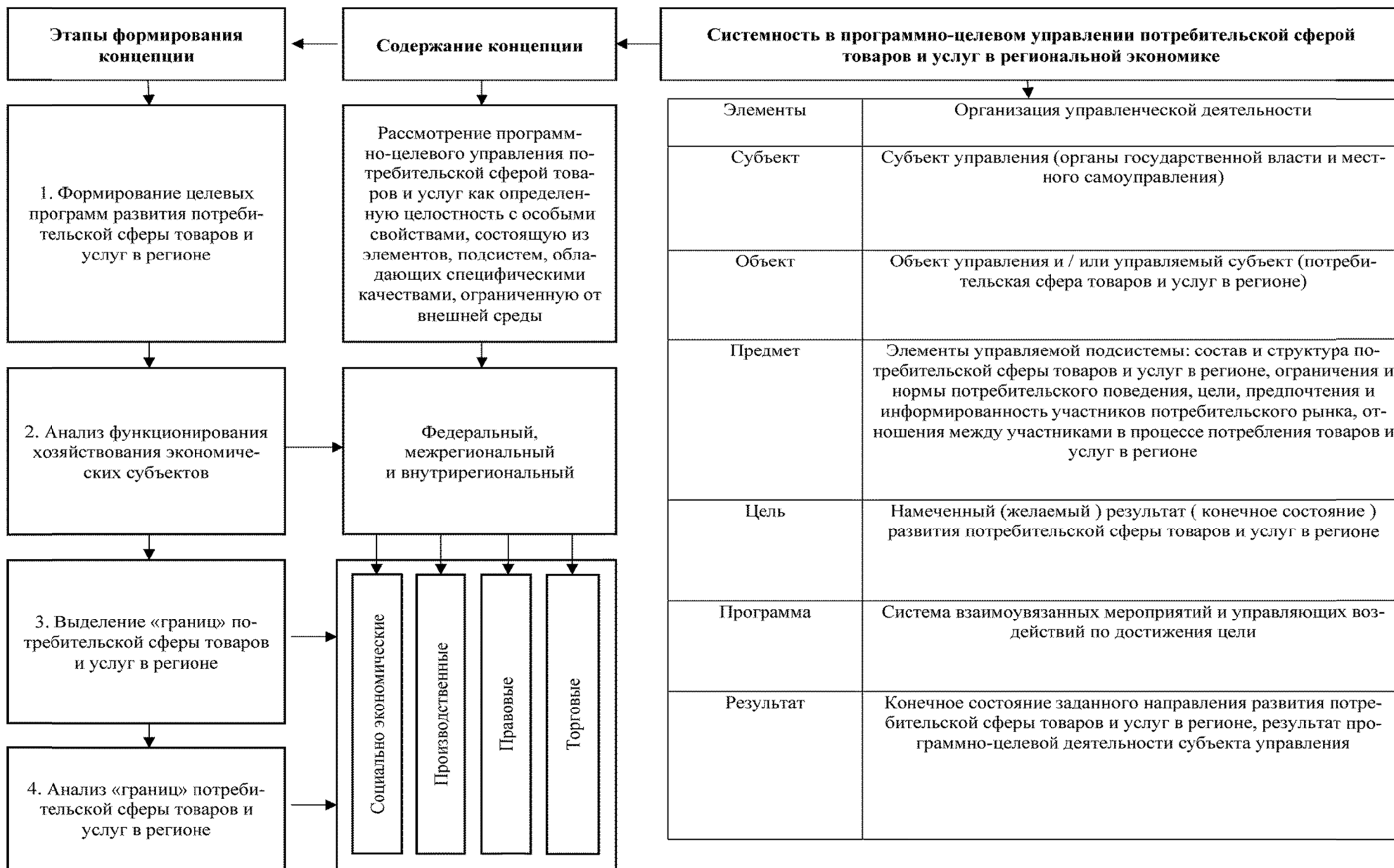
5. Обеспечивающий блок целевой программы управления потребительской сферой региона включает систему необходимых условий, мер, гарантирующих исполнение программных мероприятий и достижение заданных целей (конечных результатов).

6. Результирующий блок целевой программы управления потребительской сферой региона представляет собой плановые/прогнозные показатели, характеризующие достижение научно-обоснованных социально-экономических, политических и экологических результатов программного взаимодействия экономических субъектов.

Концепция формирования целевых программ сбалансированного развития потребительской сферы товаров и услуг в регионе представлена на рисунке 14.

Методология программно-целевого управления потребительской сферой региона, на наш взгляд, представляет собой совокупность подходов, принципов управления потребительской сферой товаров и услуг в региональной экономике; методов, приемов и способов анализа, сбалансированных показателей, обеспечивающих программно-целевое управление потребительским рынком (рисунок 15).

Программно-целевое управление потребительской сферой региона следует осуществлять на долгосрочную перспективу с учетом его общей стратегии социально-экономического развития. Стратегия в этом случае выступает как комплекс установок, правил принятия решений и способов перевода системы из старого (существующего) положения в новое (целевое) состояние, обеспечивающее эффективное выполнение ее предназначения (миссии). Стратегия в соотношении с программно-целевым управлением занимает двойственное положение. С одной стороны, она является последним звеном в цепочке целевых ориентиров: миссия — видение — цели — стратегия (целевой аспект), с другой — начальным звеном в цепочке способов достижения целей: стратегия — стратегический план — программа — проект (реализационный аспект). С точки зрения целевого аспекта, стратегическое управление потребительской сферой товаров и услуг в регионе — это деятельность по разработке и реализации миссии, важнейших целей и способов хозяйственного развития, роста уровня и качества жизни населения территориального образования путем прогрессивного изменения потенциала и структуры потребительской сферы региона в соответствии с изменениями внешней среды.



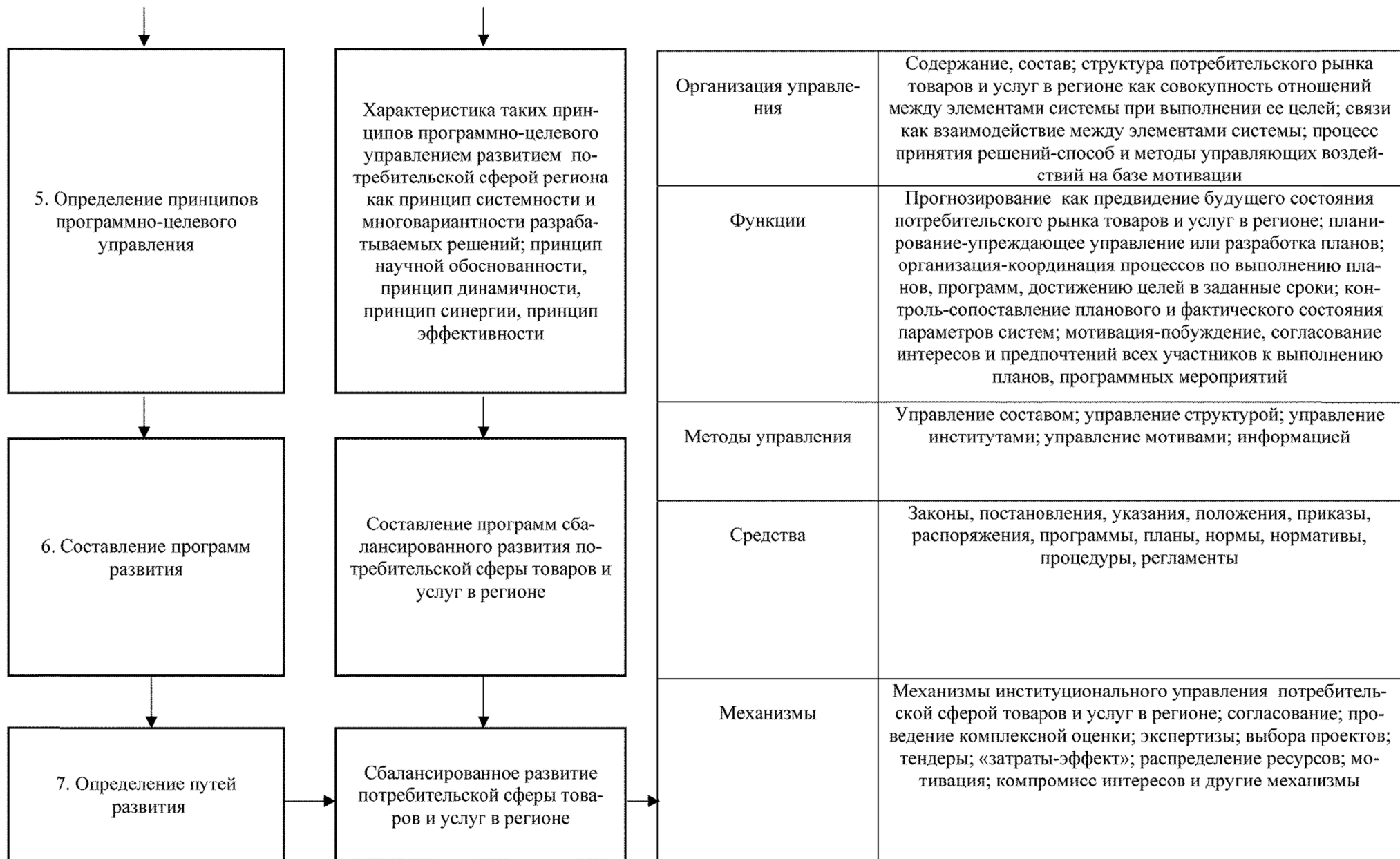


Рисунок 14 – Концепция формирования целевых программ сбалансированного развития потребительской сферы региона

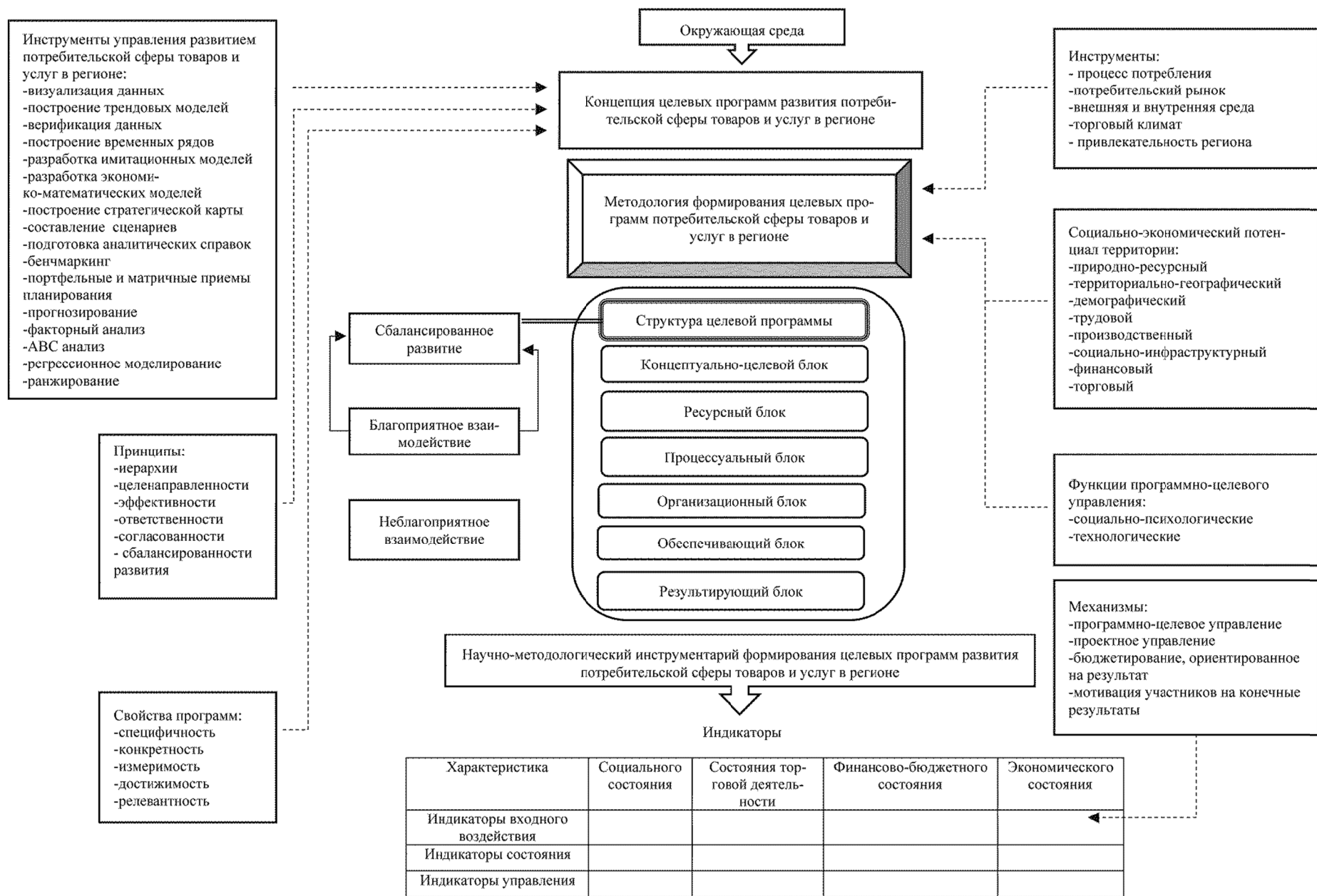


Рисунок 15 – Методология программно-целевого управления развитием потребительской сферы региона

С точки зрения реализационного аспекта, стратегическое управление развитием потребительской сферы региона представляет собой деятельность по целенаправленному изменению условий воспроизводства экономических и социальных процессов потребления в регионе в соответствии с его миссией и целями в изменяющейся внешней среде. Стратегия программно-целевого управления потребительской сферой региона — это система долговременных, наиболее важных целевых установок и мер в отношении уровня и качества жизни населения, производства и потребления товаров и услуг, других отраслей народного хозяйства, формирующих валовой региональный продукт (ВРП) и его структуру, доходов и расходов, бюджета, налогов, инвестиций, цен и других элементов, обеспечивающих достижение поставленных целей.

Алгоритм разработки стратегии программно-целевого управления потребительской сферой региона представлен на рисунке 16.

Направления и инструменты программно-целевого управления потребительской сферой региона целесообразно определять на основе методики комплексного анализа региональных потребительских рынков. Теоретико-методический подход к ее разработке обоснован в разделах 1 и 2 настоящей работы.

Методика комплексного анализа региональных потребительских рынков состоит из следующих последовательных этапов.

Механизм реализации стратегии развития потребительской сферы региона представлен в таблице 29.

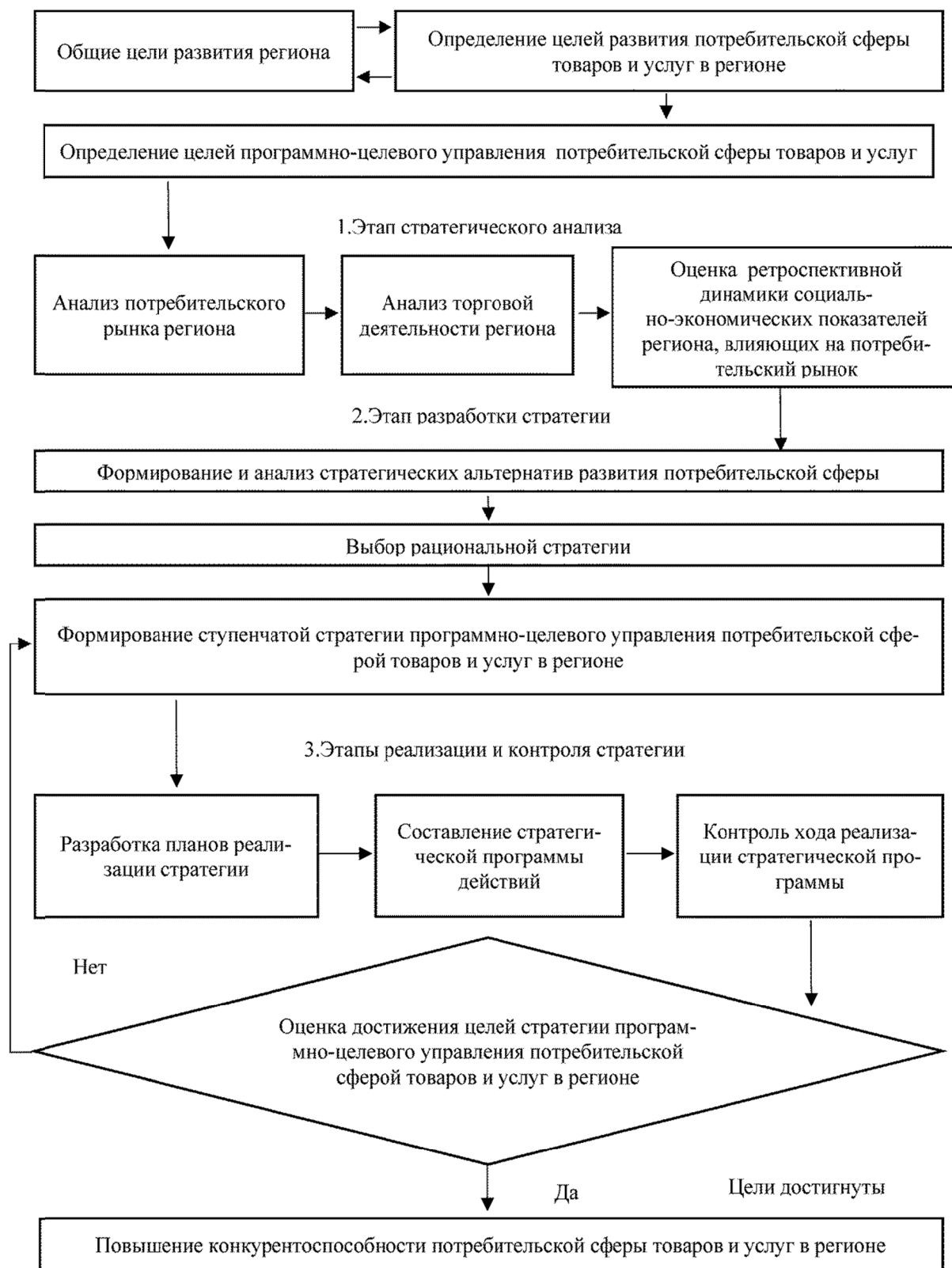


Рисунок 16 – Алгоритм разработки стратегии программно-целевого управления потребительской сферой региона

1. Исследование процессов становления и развития региональных экономических подсистем (объем, структура и динамика производства потребительских товаров, уровень развития производственного потенциала региона, объем и динамика инвестиций по товарным рынкам и видам экономической деятельности, показатели эффективности производства потребительских товаров, региональный портфель заказов, территориальное распределение оборота товаров и услуг).

2. Анализ структуры потребительской сферы (объем и динамика оборота оптовой и розничной торговли, общественного питания, платных услуг населению; товарная структура оптовой и розничной торговли, соотношение спроса и предложения на рынке, динамика оптовых и розничных цен).

3. Анализ потребительской сферы региона в динамике (темпов роста абсолютных и среднедушевых объемов товарооборота, его структурных сдвигов, рассчитанных по фактическим и сопоставимым ценам, индекса товарооборота, его абсолютного прироста с учетом различных факторов).

4. Выявление направлений изменений товаропотоков (объема, динамики, структуры ввоза – вывоза товаров, динамики и структуры экспорта – импорта потребительских товаров, выявления и оценки каналов товародвижения, форм сбытовых и торгово- посреднических организаций, объема и структуры грузоперевозок, динамики и структуры запасов товаров, объема и структуры товарооборота на различных сегментах рынка).

5. Установление различных параметров потребительского рынка (емкости, основных участников, фактических и потенциальных потребителей, территориального расположения).

Таблица 29 – Механизм реализации стратегии развития потребительской сферы региона¹³⁶

Генеральная цель	Цели	Подцели	Задачи	Индикаторы	Инструменты
Достижение высокого уровня и качества жизни населения региона,	Формирование благоприятной социальной среды, обеспечивающей развитие человеческого капитала	Повышение уровня жизни населения региона	Создание условий для увеличения доходов населения	Денежные доходы населения Соотношение средней заработной платы в сферах услуг здравоохранения, образования и средней заработной платы по региону	Проведение стимулирующей экономической политики, способствующей созданию высокооплачиваемых рабочих мест Повышение оплаты труда работникам бюджетной сферы Целевые программы развития объектов образования, здравоохранения и культуры
	Создание условий для развития конкуренции в потребительской сфере региона	Улучшение предпринимательского и инвестиционного климата Увеличение активности населения в производстве рыночных товаров и услуг Рост предложения	Привлечение крупных инвесторов в сферу производства потребительских товаров и услуг Создание условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства Развитие государственного и муниципального	Число субъектов малого и среднего предпринимательства в расчете на 10 000 человек населения (с учетом микропредприятий) Соотношение МРОТ и величины прожиточного минимума Объем финансирования целевых программ развития потребительской сфе-	Мониторинг МРОТ; административных препятствий, сдерживающих развитие предпринимательской деятельности Развитие и повышение эффективности деятельности организаций инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства Взаимодействие органов власти региона с федеральными институтами развития малого и среднего предпри-

¹³⁶ Частично включен в Проект Стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2035 года

		нерыночных услуг государственным и муниципальными секторами экономики	секторов рыночных услуг образования, здравоохранения, культуры	ры региона из бюджетов различных уровней и внебюджетных источников в регионе	<p>нимательства.</p> <p>Целевые программы поддержки малого и среднего бизнеса</p> <p>Целевые программы расширения емкости потребительского рынка на основе долгосрочных прогнозов спроса, цены, количества покупателей</p> <p>Целевые программы переориентации производства с учетом выявленного спроса</p> <p>Целевые программы информационного обеспечения субъектов региональных потребительских рынков</p> <p>Целевые программы совершенствования взаимодействия предпринимательских структур на потребительском рынке</p>
	Достижение лидерских позиций в потребительской сфере региона	Переход региона в более высокий виртуальный кластер потребительской сферы (в кластер А)	Развитие транспорта и транспортной инфраструктуры Развитие систем связи Создание высокотехнологичных систем	Количество подвижного состава, отвечающего техническим нормам Протяженность дорог с твердым покрытием, отвечающих нормативным требованиям	<p>Региональные и муниципальные программы развития транспорта</p> <p>Региональные и муниципальные программы развития транспортной инфраструктуры</p> <p>Региональные и муниципальные программы внедрения</p>

		<p>Ликвидация отставания по уровню душевого потребления услуг транспорта и связи</p> <p>Внедрение высокотехнологичных подсистем потребительской сферы</p>	<p>обеспечения безопасности и повышения пропускной способности транспортной инфраструктуры (оборудования муниципального транспорта, систем регулирования дорожного движения)</p>	<p>Пропускная способность транспортных систем региона и муниципальных образований</p> <p>Количество дорожно-транспортных происшествий</p> <p>Уровень обеспеченности общественного транспорта электронными системами оплаты проезда, камерами видеонаблюдения</p> <p>Доля остановок общественного транспорта, оборудованных электронными информационными системами</p>	<p>ния высоких технологий в систему общественного транспорта в рамках концепции «Умный город»</p> <p>Региональные и муниципальные программы повышения общественной безопасности на основе внедрения информационно-коммуникационных технологий в систему наблюдения за движением общественного транспорта</p> <p>Целевые программы совершенствования инфраструктурного обеспечения региональных потребительских рынков</p>
--	--	---	--	---	---

6. Выявление наиболее выраженных форм, методов, инструментов государственного регулирования потребительского рынка (имеют значение с точки зрения объекта нашего исследования: количество и содержание программ поддержки и регулирования различных сегментов рынка, степень их реализации).

7. Анализ обеспечения регионального потребительской сферы инфраструктурными и информационными объектами (количественных и качественных показателей, характеризующих ее материально-техническую базу, численности и размеров представляющих ее бизнес-структур, уровня специализации, обеспеченности управленческими кадрами, транспортными средствами, оборудованием, специализированными программными средствами, плотности и равномерности территориального размещения и др.)

8. Анализ состояния конкуренции на товарных рынках (состава и численности поставщиков, характера их взаимодействия, рыночной доли отдельных предприятий на различных сегментах рынка, динамики объема реализованной продукции, коэффициентов перекрестной эластичности, перечня товаров-заменителей, продуктовых границ товарных рынков).

9. Оценка состояния денежных доходов, расходов, сбережений населения региона (их объема, структуры и динамики).

10. Оценка показателей развития потребительских рынков по потребительским предпочтениям, степени удовлетворенности населения качеством товаров, услуг, уровнем обслуживания.

11. Анализ способов взаимодействия субъектов потребительской сферы, характера связей между ними на микро-, мезо- и макро- уровнях.

12. Выявление особенностей потребительской сферы на региональном уровне (соотношение спроса и предложения, уровень асимметрии спроса в расчете на душу населения по различным группам населения и др.).

13. Анализ и прогнозирование тенденций развития потребительской сферы региона (темпов роста, векторов продаж, цен, прибыли, запасов, инвестиций).

14. Обоснование сценариев развития региональной потребительской сферы с учетом корректировки выявленных в ней диспропорций.¹³⁷

Процесс согласования стратегического видения системы управления потребительской сферой региона и последующего программного обеспечения реализации стратегии целесообразно осуществлять по следующей организационной схеме.

1. Оценка соответствия стратегических индикаторов фактическому состоянию уровня регионального развития подсистем потребительской сферы.

2. Определение перспектив развития функциональных подсистем региональной потребительской сферы.

3. Выявление перспективных направлений пространственного (территориального) размещения субъектов производства и потребления.

4. Составление целевых программ развития потребительской сферы региона, согласованных по функциональному и территориальному признакам.

5. Организационное обеспечение взаимодействия функциональных подразделений органов власти и управления различных уровней (федерального, регионального, местного) в установлении направлений, сроков, размещения, финансово-экономического обеспечения целевых программ развития потребительской сферы региона.

6. Корректировка диспропорций в ресурсном обеспечении целевых программ.

Результаты проведенного анализа состояния потребительской сферы Воронежской области позволяют предложить состав типовых программ, обеспечивающих продуктивное использование ее сильных сторон, возможностей региона, нивелирование слабых сторон и угроз, имеющих универ-

¹³⁷ Дзюбенко О.Б. Механизм согласования стратегической и программной компонент управления потребительской сферой региона / О.Б. Дзюбенко // Регион. – 2018. – № 1. – С. 99-104; Дзюбенко О.Б. Программно-целевое управление социально-экономическим развитием региона-направления и инструменты совершенствования / О.Б. Дзюбенко // Регион: системы, экономика, управление. – 2017. – № 4 (39). – С. 19-25.

сальный характер для регионов аналогичного уровня и характера развития потребительской сферы (кластер Б):

- программы расширения емкости потребительского рынка на основе долгосрочных прогнозов спроса, цены, количества покупателей;
- программы переориентации производства с учетом выявленного спроса;
- программы совершенствования инфраструктурного обеспечения региональных потребительских рынков;
- программы информационного обеспечения субъектов региональных потребительских рынков;
- программы совершенствования взаимодействия предпринимательских структур на потребительском рынке.

Обобщение вышеизложенного позволяет сделать следующие выводы.

Механизм согласования стратегической и программной компонент управления сферой потребления региона включает в себя следующие элементы и связи между ними.

Субъектами программно-целевого управления в регионе являются органы государственной власти и местного самоуправления.

Объектом программно-целевого управления потребительской сферой региона является совокупность функционирующих в ней экономических субъектов: бизнес-структур, домохозяйств, институтов гражданского общества, и связей между ними.

По содержанию целевая программа является последовательностью взаимосогласованных, сбалансированных функций, действий участников по реализации заданных целей.

По форме целевая программа — это внешнее выражение её элементов, комплекс программных мероприятий, нормативно закрепленных в конкретных документах.

Содержательная структура программы выступает в виде следующих блоков, отражающих логику программной деятельности, реализация которых

на программно-целевой основе обеспечит достижение программных целей: концептуально-целевых, ресурсных, процессуальных, организационных, обеспечивающих и результирующих.

В содержательном плане основой программно-целевого управления потребительской сферой региона является стратегия социально-экономического развития конкретного региона.

Алгоритм разработки стратегии программно-целевого управления потребительской сферой товаров и услуг в регионе включает следующие действия.

Первый этап: установление соответствия между общими и специфическими целями стратегии; определение целей программно-целевого управления потребительской сферой; анализ потребительского рынка; анализ торговой и сервисной деятельности в регионе; оценка ретроспективной динамики факторов, влияющих на потребительскую сферу.

Второй этап: анализ стратегических альтернатив развития потребительской сферы; выбор рациональной стратегии; формирование ступенчатой стратегии программно-целевого управления потребительской сферой региона.

Третий этап: разработка планов реализации стратегии; составление стратегической программы действий; контроль хода реализации стратегической программы; оценка достижения целей стратегии программно-целевого управления потребительской сферой региона.

Процесс согласования стратегического видения системы управления потребительской сферой региона и последующего программного обеспечения реализации стратегии целесообразно осуществлять по следующей организационной схеме:

- оценка соответствия стратегических индикаторов фактическому состоянию уровня регионального развития подсистем потребительской сферы.
- определение перспектив развития функциональных подсистем потребительской сферы региона;

- выявление перспективных направлений пространственного (территориального) размещения субъектов производства и потребления;
- составление целевых программ развития потребительской сферы региона, согласованных по функциональному и территориальному признакам;
- организационное обеспечение взаимодействия функциональных подразделений органов власти и управления различных уровней (федерального, регионального, местного) в установлении направлений, сроков, размещения, финансово-экономического обеспечения целевых программ развития потребительской сферы региона;
- корректировка диспропорций в ресурсном обеспечении целевых программ.

В состав типовых программ целесообразно включить:

- программы расширения емкости потребительского рынка на основе долгосрочных прогнозов спроса, цены, количества покупателей;
- программы переориентации производства с учетом выявленного спроса;
- программы совершенствования инфраструктурного обеспечения региональных потребительских рынков;
- программы информационного обеспечения субъектов региональных потребительских рынков;
- программы совершенствования взаимодействия предпринимательских структур на потребительском рынке.

Данный перечень программ охватывает проблемные места потребительской сферы региона. При таком целенаправленном и комплексном управлении возможно решение задачи превращения потребительского спроса в важнейший фактор эффективного спроса, необходимого для сбалансированного роста экономики региона.

Заключение

1. Обобщение вышеизложенного позволяет сделать следующие выводы о функциях и направлениях совершенствования программно-целевого управления в регионах страны.

Основными функциями программно-целевого управления потребительской сферой региона являются:

- развитие его подсистем, способных обеспечить системные экономические, социальные и институциональные эффекты;
- конкретизация стратегических приоритетов, способствующих достижению стратегических целей развития потребительской сферы;
- концентрация на достижении стратегических целей необходимых ресурсов;
- мотивация агентов экономической деятельности.

Направления совершенствования.

Целевые:

- выбор конкретных подсистем потребительской сферы региона, в которых будут реализоваться программы его развития;
- обеспечение направленности программ на объекты (подсистемы) потребительской сферы региона, обеспечивающие развитие системных эффектов;
- обеспечение адекватности постановки целей стратегическим приоритетам развития потребительской сферы региона;
- обеспечение четкости согласования целей различных уровней в соответствии с «деревом» целей;
- постановка четких, количественно измеримых целей;
- связь программ развития потребительского рынка с научно-техническим и инновационным развитием региона.

Институциональные:

- развитие сотрудничества, координации субъектов различной институциональной природы;

- повышение степени увязки программ с интересами и ценностями социальных групп;
- обеспечение связи разрабатываемых программ развития потребительской сферы с институциональными особенностями регионов;
- разработка прозрачной процедуры инициирования программ развития потребительской сферы региона его стейкхолдерами.

Организационные:

- четкая взаимосвязь целей, задач и инструментов реализации программ;
- повышение связи конкретных программ развития потребительской сферы и механизмов их реализации со стратегическими целями региона;
- формирование крупных, ограниченных в количественной аспекте программ;
- обеспечение увязки мероприятий с объемами финансирования из различных источников;
- использование вариативности программных мероприятий;
- устранение разрывов в реализации функций управления: планирования, организации, контроля, регулирования;
- повышение уровня межведомственного взаимодействия в органах власти, планирующих и реализующих программы.

2. Общее состояние потребительской сферы регионов целесообразно оценивать по следующим параметрам: среднедушевые доходы населения; потребительские расходы на душу населения; число собственных легковых автомобилей на 1000 человек населения; потребление мяса и мясопродуктов на душу населения; потребление молока и молокопродуктов на душу населения; общая площадь жилых помещений на одного жителя; оборот розничной торговли на душу населения; объем бытовых услуг на душу населения; объем транспортных услуг на душу населения; объем услуг связи на душу населения; объем коммунальных услуг на душу населения.

На территории Российской Федерации можно выделить пять достаточно однородных с точки зрения состояния потребительской сферы по выбранным параметрам групп регионов (виртуальных кластеров).

Статистическая оценка кластеров с использованием критерия Фишера и критерия значимости подтвердила высокий уровень значимости средних значений полученных виртуальных кластеров.

Наиболее развитый кластер А включает относительно небольшое число административно-территориальных образований, его ядро составляют 5 регионов, которые стабильно удерживаются в нем на протяжении всего анализируемого периода: Москва, Камчатский, Хабаровский края, Магаданская и Сахалинская области.

В течение анализируемого периода количество регионов в кластере сократилось. С 2010 по 2015 год из него выбыли такие развитые регионы как Мурманская область, г. Санкт-Петербург, Тюменская область.

На протяжении всего анализируемого периода сумма средних нормированных значений параметров потребительской сферы увеличивается, хотя и незначительно, что свидетельствует об улучшении положения входящих в него регионов.

Кластер характеризуется высокими среднедушевыми доходами и расходами на душу населения, развитой сферой услуг, высоким оборотом розничной торговли, нестабильным потреблением продуктов питания (мяса и мясопродуктов, молока и молокопродуктов), относительным увеличением в 2014-2015 гг. бытовых услуг, услуг транспорта и связи.

Кластер Б по своему составу чрезвычайно неустойчив. Ядро кластера составляют 8 регионов: Белгородская, Воронежская, Липецкая, Ростовская области, республики Коми, Башкортостан, Татарстан, Краснодарский край. Субядро составляют: Курская, Московская и Свердловская области.

В период экономического роста 2010-2013 гг. состав кластера увеличился с 18 до 36 регионов, в 2015 году сократился до 13. В 2014-2015 годах

наблюдается массовый переход регионов в кластеры с более низким уровнем развития потребительской сферы (В, Г и Д).

В 2010 году кластер Б практически в 2 раза отставал от кластера А по нормированным значениям среднедушевых доходов. Его наиболее слабые характеристики – объемы транспортных услуг и услуг связи. Однако, по ряду показателей он превышал кластер А и занимал лидерские позиции среди всех кластеров (средние нормированные значения потребления мяса и мясопродуктов). С 2013 по 2015 годы кластер прочно занял высокие позиции по средним нормированным значениям площади жилых помещений на одного жителя. Для кластера характерны резкие колебания потребления бытовых услуг и рост потребления коммунальных услуг.

Кластер В в 2010 году занимал лидирующее положение среди всех кластеров по общей площади жилых помещений. По большинству показателей кластер близок к кластеру Г. Наиболее слабые позиции кластера В в 2010 году – объем транспортных услуг и услуг связи. В 2013 году происходит сближение кластера В с кластером Б. Относительно выросли среднедушевые доходы населения и объем транспортных услуг на душу населения. Это сопровождалось снижением потребления мясо-молочной продукции в 2013 и 2014 годах. Наибольшим показателем 2014 года является общая площадь жилых помещений, по которому кластер занял второе место после кластера Б. В 2015 году наблюдается снижение суммы средних нормированных значений показателей.

Кластер Г – один из аутсайдеров в развитии потребительской сферы. Его ядро составляют 11 регионов. Общее количество регионов в кластере в 2010 и 2013 годах составляло 19 единиц, в 2014 достигло 26, в 2015 году снизилось до 22. На протяжении всего анализируемого периода кластер имеет низкие показатели большинства параметров развития потребительской сферы. В то же время, особенность кластера – относительно высокие значения общей площади жилых помещений на душу населения. Довольно высоко в течение

2010 – 2014 годов потребление мяса. Снижение обоих указанных показателей произошло в 2015 году.

Кластер Д включает незначительное количество регионов и не представляет интереса для анализа.

Анализ стратегических документов модельных регионов, представляющих кластеры А и Б, показал, что потребительской сфере в системе программно-целевого управления уделяется значительное внимание.

В документах, регламентирующих развитие потребительской сферы, центральное место уделяется росту доходов населения; развитию рынка недвижимости; росту оборота розничной торговли и услуг связи; развитию коммунальной и транспортной инфраструктуры.

В качестве недостатка документов, определяющих результативность программно-целевого метода, необходимо назвать: несбалансированность разделов Стратегий, отсутствие потребительской сферы в составе стратегических приоритетов, фрагментарность программ, обеспечивающих реализацию целей и задач его развития. Для модельных регионов кластера Г, кроме того, заметна нечеткая идентификация проблем развития потребительской сферы.

3. Основу функционирования потребительской сферы регионов составляют денежные доходы и расходы населения. Формирует данную сферу широкий спектр видов деятельности, которую можно представить в виде двух больших групп: услуги и товары.

Для характеристики потребительской сферы региона имеют значение все виды услуг, к наиболее распространенным из которых относятся: торговля, общественное питание и заготовки, транспорт, связь, бытовые услуги, услуги жилищно-коммунального хозяйства.

Центральный федеральный округ в РФ является самым развитым и обширным в сфере торговой деятельности и оказания услуг. В общем виде экономику макрорегиона можно охарактеризовать как переходную от индустриальной к постиндустриальной. Наибольшую долю услуг в структуре

ВРП ЦФО занимают: оптовая и розничная торговля, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг. Эти виды деятельности по вкладу в ВРП превосходят долю обрабатывающих производств. Кроме того, высока доля транспорта и связи. Несмотря на относительно невысокую долю в ВРП, существенную роль играют, в силу их высокой значимости для функционирования домохозяйств, коммунальные услуги.

В состав ЦФО входят регионы, преимущественно высокого и среднего уровня развития потребительской сферы (кластеры А, Б, В). В кластер Г попадает периодически незначительная часть регионов округа.

В структуре ВРП Центрального федерального округа оптовая и розничная торговля занимает ведущее место, что требует особого внимания к данному виду деятельности в контексте совершенствования программно-целевого управления потребительской сферой макрорегиона и входящих в него регионов.

Период с 2014 по 2016 гг. характеризуется высокими темпами роста объемов розничной торговли, общественного питания и платных услуги населению. В то же время, темпы роста объемов потребления товаров и услуг в период с 2011 по 2016 гг. существенно снизились и принимали в отдельные годы отрицательные значения.

С точки зрения развития потребительской сферы конкурентными преимуществами ЦФО являются: экономическая и социальная освоенность территории, экономико-географическое положение (место прохождения важнейших транспортных магистралей), сильная научно-интеллектуальная база, диверсифицированная экономика, наличие привлекательных туристических активов, налаженные внешнеэкономические связи, высокий уровень жизни и миграционная притягательность.

Ключевыми внешними факторами развития потребительской сферы ЦФО являются:

- высокая зависимость от импорта продовольствия, сырья и комплектующих, машин и оборудования, товаров повседневного и длительного пользования;

- высокая степень кооперации экономики округа с другими субъектами Российской Федерации;

Ключевыми внутренними факторами социально-экономического развития ЦФО являются:

- доминирующее положение в округе Московского региона (почти 80 процентов суммарного валового регионального продукта округа);

- существенные диспропорции в социально-экономическом развитии регионов округа;

- высокие темпы развития потребительской сферы г. Москвы;

- развитый туризм.

4. Проведенный анализ состояния и факторы развития потребительской сферы Воронежской области показывает, что существенными факторами ее развития являются: распределение доходов населения по уровням; состав денежных доходов населения; величина прожиточного минимума; изменение покупательной способности среднедушевых денежных доходов населения.

В целом потребительская сфера региона обладает совокупностью характеристик, не имеющих однозначной оценки, но требующих при любой трактовке использования методов программно-целевого управления для системного развития:

- высоким и растущим уровнем конкуренции; неоднородностью состояния конкурентной среды в разных сегментах потребительского рынка;

- диверсифицированным предложением на рынке товаров и услуг с преобладанием организаций, функционирующие в сфере оптовой и розничной торговли, операциях с недвижимым имуществом, аренде и предоставлении услуг;

- высоким сосредоточением организаций, функционирующих на монополизованных рынках, в сегментах услуг: по теплоснабжению, продаже и

передаче тепловой энергии; водоотведению и водоснабжению; розничной торговле лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами; по сбору, вывозу и захоронению твердых бытовых отходов; похоронных услуг;

- снижающейся долей государственных, муниципальных организаций и организаций, находящихся в собственности общественных организаций;

- низкой долей частного сектора в секторе медицинских и образовательных услуг, что препятствует вхождению на рынок новых экономических субъектов;

- опережающим ростом количества индивидуальных предпринимателей на рынках услуг образования, здравоохранения, транспорта и связи, прочих коммунальных, социальных и персональных услуг, услуг гостиниц и ресторанов, в секторе рыбоводства и сельского хозяйства;

- снижением доли частных предпринимателей в секторе оптовой и розничной торговли;

- быстрым ростом количества вновь созданных хозяйствующих субъектов в секторах сельскохозяйственного производства, транспорта и связи, операций с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг, строительства, здравоохранения и предоставления социальных услуг;

- высокими показателями развития розничной торговли, растущей долей современных форматов и высокой долей субъектов малого и среднего предпринимательства;

- диверсифицированным потребительским поведением различных «доходных» групп населения, отражающимся в различии стандартов и стереотипов потребления.

В потребительской сфере региона в период 2010-2016 гг. проявились существенные для ее дальнейшего развития негативные тенденции: уменьшение предложения по определенному ряду услуг в силу изменения профиля деятельности организаций; «вымывание» товаров и услуг, реализуемых и

производимых по ценам, доступным для населения с низким уровнем доходов при росте предложения услуг для потребителей с высокими доходами.

К существенным проблемам потребительской сферы региона относятся: низкое качество предоставляемых услуг; наличие персонала низкой квалификации; устаревшая техника; чрезмерное количество проверок, оказывающих отрицательное воздействие на деятельность организаций; использование методов «нечестной» конкуренции.

Анализ распределение доходов населения Воронежской области по уровням показал, что доходы ниже среднего уровня в 2015 г. имели 64,9% населения области, что является серьезным препятствием для развития потребительского рынка товаров и услуг в регионе.

Прожиточный минимум является показателем объема и структуры потребления важнейших материальных благ и услуг минимально допустимого уровня. Показатели величины прожиточного минимума в Воронежской области относительно других регионов (Липецкой, Тамбовской, Владимирской областей) заметно ниже.

Денежные доходы населения в анализируемом периоде увеличились, но это увеличение происходило не пропорционально, так доходы от предпринимательской деятельности, социальные выплаты и доходы от собственности выросли более чем на 9%, а оплата труда – на 2,4%. При этом покупательная способность низкодоходных групп населения по многим видам непродовольственных товаров и на рынках платных услуг снизилась.

Низкий уровень доходов и потребления основной массы населения Воронежской области обуславливает сужение объема конечного рыночного спроса на товары и услуги, что в свою очередь ограничивает перспективы развития производства в регионе.

5. Исходя из совокупности сильных, слабых сторон, возможностей и угроз модельного региона, в качестве которого принята Воронежская область, к основным направлениям развития потребительского сектора ее эко-

номики в контексте совершенствования стратегического управления, следует отнести:

- повышение эффективности государственного регулирования сектора торговли и услуг;
- развитие инфраструктуры торговли;
- стимулирование развития торговли и услуг в малых и отдаленных населенных пунктах;
- обеспечение необходимого уровня конкуренции;
- поддержка развития малого и среднего бизнеса;
- снижение кадрового дефицита в отрасли;
- стимулирование потребительского спроса.

Каждое из направлений требует решения комплекса задач, стоящих перед органами власти регионального уровня. В их числе решающее значение имеют:

- государственная координация и правовое регулирование потребительской сферы региона;
- обеспечение доступности потребительской сферы региона за счет повышения уровня организации, пропорционального развития элементов ее инфраструктуры в городских округах и муниципальных районах;
- создание и поддержание условий для равной, добросовестной конкуренции;
- формирование механизма социальных гарантий и регулирования цен в сфере социально значимых товаров и услуг;
- обеспечение доступности товаров местных производителей в торговые сети региона.

Решение указанных задач целесообразно осуществлять посредством специфичных для каждой из них инструментов экономического, организационного и институционального содержания.

Решение указанных задач обуславливает формирование совокупности эффектов, отражающих развитие потребительской сферы в контексте совершенствования стратегического управления регионом.

6. Механизм согласования стратегической и программной компонент управления сферой потребления региона включает в себя следующие элементы и связи между ними.

Субъектами программно-целевого управления в регионе являются органы государственной власти и местного самоуправления.

Объектом программно-целевого управления потребительской сферой региона является совокупность функционирующих в ней экономических субъектов: бизнес-структур, домохозяйств, институтов гражданского общества, и связей между ними.

По содержанию целевая программа является последовательностью взаимосогласованных, сбалансированных функций, действий участников по реализации заданных целей.

По форме целевая программа — это внешнее выражение её элементов, комплекс программных мероприятий, нормативно закреплённых в конкретных документах.

Содержательная структура программы выступает в виде следующих блоков, отражающих логику программной деятельности, реализация которых на программно-целевой основе обеспечит достижение программных целей: концептуально-целевых, ресурсных, процессуальных, организационных, обеспечивающих и результирующих.

В содержательном плане основой программно-целевого управления потребительской сферой региона является стратегия социально-экономического развития конкретного региона.

Алгоритм разработки стратегии программно-целевого управления потребительской сферой товаров и услуг в регионе включает следующие действия.

Первый этап: установление соответствия между общими и специфическими целями стратегии; определение целей программно-целевого управления потребительской сферой; анализ потребительского рынка; анализ торговой и сервисной деятельности в регионе; оценка ретроспективной динамики факторов, влияющих на потребительскую сферу.

Второй этап: анализ стратегических альтернатив развития потребительской сферы; выбор рациональной стратегии; формирование ступенчатой стратегии программно-целевого управления потребительской сферой региона.

Третий этап: разработка планов реализации стратегии; составление стратегической программы действий; контроль хода реализации стратегической программы; оценка достижения целей стратегии программно-целевого управления потребительской сферой региона.

Процесс согласования стратегического видения системы управления потребительской сферой региона и последующего программного обеспечения реализации стратегии целесообразно осуществлять по следующей организационной схеме:

- оценка соответствия стратегических индикаторов фактическому состоянию уровня регионального развития подсистем потребительской сферы.
- определение перспектив развития функциональных подсистем потребительской сферы региона;
- выявление перспективных направлений пространственного (территориального) размещения субъектов производства и потребления;
- составление целевых программ развития потребительской сферы региона, согласованных по функциональному и территориальному признакам;
- организационное обеспечение взаимодействия функциональных подразделений органов власти и управления различных уровней (федерального, регионального, местного) в установлении направлений, сроков, размещения, финансово-экономического обеспечения целевых программ развития потребительской сферы региона;

- корректировка диспропорций в ресурсном обеспечении целевых программ.

В состав типовых программ целесообразно включить:

- программы расширения емкости потребительского рынка на основе долгосрочных прогнозов спроса, цены, количества покупателей;

- программы переориентации производства с учетом выявленного спроса;

- программы совершенствования инфраструктурного обеспечения региональных потребительских рынков;

- программы информационного обеспечения субъектов региональных потребительских рынков;

- программы совершенствования взаимодействия предпринимательских структур на потребительском рынке.

Данный перечень программ охватывает проблемные места потребительской сферы региона. При таком целенаправленном и комплексном управлении возможно решение задачи превращения потребительского спроса в важнейший фактор эффективного спроса, необходимого для сбалансированного роста экономики региона.

Список источников

1. Абатуров О.И. Программно-целевой метод управления как инструмент рыночной экономики / О.И. Абатуров // Власть и управление на Востоке России. – 2007. – № 4. – С. 66-71.
2. Авдеева Т.В. Программно-целевой метод и ценностные установки субъекта управления качеством / Т.В. Авдеева, Т.В. Барт, Ю.Е. Коробкова // Фундаментальные исследования.. – 2015. – № 11. – С. 947-951.
3. Алексеева О.В. Программно-целевой метод стратегического планирования как условие устойчивого развития туризма в регионе / О.В. Алексеева // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – № 32. – С.3-10.
4. Алиева З.М. Результаты исследования динамики и факторов формирования фактического конечного потребления домашних хозяйств / З.М. Алиева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2013. – № 3 (47). – С. 260-269.
5. Андреев М.В. Анализ экономического потенциала региона / М.В. Андреев // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: экономика и управление – 2015. – №3. – С.88-91.
6. Антонюк В.С. Теоретические, методологические и практические аспекты функционирования регионального потребительского рынка / В.С. Антонюк, Н.П. Пасешник // Вестник ЮУрГУ. – 2012. – № 44. – С.98
7. Балдоржиев Д.Д. Экономическая теория: учебное пособие / Д.Д. Балдоржиев. – М.: ИГЭА, 2012. – С. 58.
8. Беленов О.Н. Роль индустриальных парков в экономике региона / О.Н. Беленов, Ю.В. Шурчкова, Т.Ю. Смольянинова // Современная экономика: проблемы и решения. – 2013. – № 9 (45). – С. 40-52.
9. Белоусов В.И. Инновационный менеджмент в агропромышленном комплексе / В.И. Белоусов, А. В. Белоусов. Воронеж: Изд- во «Истоки», 2008. – С. 165.

10. Бублик Н.Д., Механизм формирования инновационных программ развития жилищно-коммунального хозяйства / Бублик Н.Д. Шарипова Л.К., Чувилин Д.В. // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2012. – № 12 (48). – С. 35
11. Бухтиярова Т.И. Разработка стратегии развития потребительского рынка региона / Т.И. Бухтиярова, Е.Л. Павленко // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 2. – С. 34
12. Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии / Макс Вебер. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 429 с.
13. Верников В.А. Программно-целевое управление предпринимательскими структурами: возможности и перспективы адаптации к условиям изменяющейся экономики / В.А. Верников // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. – Т. 6. – № 2 (22). – С. 137-142.
14. Вертакова Ю.В. Теоретические аспекты учета динамических характеристик социально-экономических систем в управлении региональным развитием/ Ю.В. Вертакова, В.А. Плотников// Известия Русского географического общества. – 2011. – Т. 143. – № 6. – С. 42-50.
15. Власова М.С. Стратегия экономического развития регионов / М.С. Власова, Е.Г. Головешкина // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. II междунар. студ. науч.-практ. конф. № 3. – URL: sibac.info/sites/default/files/conf/file/stud_3_2.pdf (дата обращения: 14.04.2017).
16. Воронежская государственная статистика. – (<http://voronezhstat.gks.ru/>). – (дата обращения: 25.04.2017).
17. Воронин Б.А. Программно-целевой метод управления сельским хозяйством РФ / Б.А. Воронин // Нива Урала. – 2012. – № 1-2. – С. 30-35.
18. Воронин В. П. Инновационная среда: факторы и механизмы формирования / В. П. Воронин, Е. Ю. Куницын, И. М. Подмолодина. – Воронеж : Воронежский ЦНТИ – филиал ФГЭУ «РЭА» Минэнерго России, 2011. – 176 с.

19. Высоцкая О.А. Программно-целевой метод в управлении кластерным развитием туристско рекреационного комплекса региона: проблемы и перспективы / О.А. Высоцкая // Стратегия устойчивого развития регионов России. – 2012. – № 10. – С. 51-55.

20. Гаврилов В.В. О необходимости институциональных изменений в Российской экономике / В.В. Гаврилов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: экономика и управление. – 2012. – № 1. – С. 5 – 8.

21. Гапоненко А. Л. Стратегическое управление: учебник; допущено МО РФ / А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2010. – 464 с.

22. Гладких М.О. Стратегическое направление социально – экономического развития монопрофильных городов – инновационно-технологических центров / М.О. Гладких. – Воронеж: Экономический факультет ВГУ, 2014. – С. 88.

23. Гоголев И.М. Программно-целевой метод в социально-экономическом развитии сельских территорий региона / И.М. Гоголев, А.А. Абдюшева // Проблемы региональной экономики (г. Ижевск). 2015. – № 3-4. – С. 81-87.

24. Гоголева Т.Н. Методика оценки эффективности внешнеэкономической политики государства: институциональный подход / Т.Н. Гоголева, Л.А. Мажарова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2010. – №7. – С. 81 – 86.

25. Гоголева Т.Н. Особенности конкуренции регионов в условиях глобализации современного мира / Т.Н. Гоголева // Актуальные проблемы региональной экономики и территориального управления: сборник статей / Под редакцией Е. В. Мишон. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2006. – С. 27-31.

26. Гоголева Т.Н. Эффективность региональной внешнеэкономической политики: комплексная методика оценки / Т.Н. Гоголева, Л.А. Мажарова //

Вестник Воронежского государственного университета. Серия: экономика и управление. – 2010. – № 2. – С. 93-98.

27. Голикова Г.В. Закономерности развития экономики региона на основе мониторинга обратных связей / Г.В. Голикова, В.К. Голикова, А.Н. Мордвинцев // Регион: системы, экономика, управление. – 2014. – № 1 (24). – С. 102-104.

28. Голикова Г.В. Организация мониторинга социально-экономических подсистем региона / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Государственная и муниципальная служба в России: опыт, проблемы, перспективы развития: мат. VIII всероссийская научно-практическая конференция (30.10.15) – Воронеж. ИПЦ «Научная книга», 2015. – С. 51-55.

29. Голикова Г.В. Основные положения программы развития торговой деятельности муниципального образования / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Проблемы и перспективы современной экономики: сб. ст. Вып. 2 – Воронеж. ВГПУ, 2016. – С. 77-83.

30. Голикова О.Б. Направления совершенствования стратегического поведения автомобильного дилера в регионе в современной институциональной среде / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Фундаментальные и прикладные исследования в области экономики и финансов: мат. II международная научно-практическая конференция (28-30 марта 2016 г.) – Орел. Изд-во Орловского филиала РАНХиГС, 2016. – С. 120-123.

31. Голикова Г.В. Оценка состояния и развития потребительского рынка в регионе / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Управление изменениями в социально-экономических системах: сб. ст. 15 международная научно-практическая конференция – Воронеж. ВГПУ, 2016. – С. 73-79.

32. Голикова Г.В. Потребительский рынок г. Воронежа: состояние, проблемы, перспективы / Г.В. Голикова, О.Б. Дзюбенко // Проблемы и перспективы современной экономики: сб. ст. Вып. 4 – Воронеж. ИСТОКИ, 2018. – С. 64-69.

33. Голикова Г.В. Тенденции развития потребительского рынка в ГО г. Воронеж / Г.В.Голикова, О.Б.Дзюбенко // Регион: системы, экономика, управление. – 2015. – № 4 (31). – С. 94-102.
34. Голиченко О.Г. Анализ результативности инновационной деятельности регионов России / О.Г. Голиченко, И.Н. Щепина // Экономическая наука современной России. – 2009. – № 1 (44). – С. 77-95.
35. Голиченко О.Г. Система характеристик для комплексного анализа инновационной деятельности на региональном уровне / О.Г. Голиченко, И.Н. Щепина // Экономическая наука современной России. Экспресс-выпуск. – 2008. – № 1 (13). – С. 89-91.
36. Голова А.Г. Социально-экономические подходы к управлению потребительским поведением населения / А.Г. Голова // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2013. – № 6 (107). – С. 66-75.
37. Гранберг А.Г. Моделирование пространственного развития экономики России / А.Г. Гранберг // Стратегическое планирование в регионах и городах России. Доклады участников VII Общероссийского форума лидеров стратегического планирования. - СПб.: Леонтьевский центр, 2009. – С. 32-34.
38. Гутман Г.В. Регион в формировании социального государства / Г.В. Гутман, О.П. Звягинцева, А.А. Мироедов. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 157 с.
39. Давнис В.В. Адаптивные модели: анализ и прогноз в экономических системах: монография/ В.В. Давнис, В.И. Тинякова. – Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2006. –380 с.
40. Денисов Н. В. Специфика разработки и внедрения системы региональных мероприятий по стимулированию потребительского спроса в условиях системного кризиса / Н.В. Денисов // Системный кризис мирового глобального хозяйства: национальная модель преодоления: мат-лы междунар. науч.-практ. конф. Тамбов, 2009.

41. Дзюбенко О.Б. Анализ развития потребительской сферы товаров и услуг в регионе / О.Б. Дзюбенко // Управление изменениями в социально-экономических системах : сб. ст. XVI международная научно-практическая конференция / под ред. докт. экон. наук, профессора Ю.И. Трещевского, докт. экон. наук Л.М. Никитиной. – Воронеж, 2017. – С.62-68.
42. Дзюбенко О.Б. Механизм согласования стратегической и программной компонент управления потребительской сферой региона / О.Б. Дзюбенко // Регион. – 2018. – № 1. – С. 99-104
43. Дзюбенко О.Б. Программно-целевое управление социально-экономическим развитием региона-направления и инструменты совершенствования / О.Б. Дзюбенко // Регион: системы, экономика, управление. – 2017. – № 4 (39). – С. 19-25.
44. Дудин М.Н. Инновационный форсайт как инструмент конкурентоспособного развития предпринимательских структур. Монография / Дудин М.Н., Лясников Н.В., Егорушкин П.А., Сафин Ф.М. М.: Наука, 2013. 216 с.
45. Дудин М.Н. Формирование устойчивости предпринимательских структур: Монография / под ред. В.С. Балабанова // Дудин М.Н., Лясников Н.В., Похвощев В.А., Толмачев О.М. М.: Элит, 2013. – 280 с.
46. Дуракова И.Б. Управление персоналом. / ред. И.Б. Дуракова. – М.: ИНФРА-М. – 2014. – 546 с.
47. Ендовицкий Д.А. Анализ дуализма экономических интересов в контексте проблемы обеспечения сбалансированного развития региона / Д.А. Ендовицкий, Н.В. Сироткина, А.Ю. Гончаров // Регион: системы, экономика, управление. – 2014. – № 3(26). – С. 19-26.
48. Ермоленко А. А. Стратегия интеграции в развитии региональных экономических систем Северного Кавказа / А.А. Ермоленко // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2010. – № 12. – С. 47-51.
49. Зайцев А.А. Разработка перспектив регионального развития: методы и инструменты: монография / А.А. Зайцев, Н.В. Сироткина. – Воронеж: АНО ВПО «Институт менеджмента, маркетинга и финансов», 2013. – 174 с.

50. Закон Воронежской области от 19.06.2015 № 114-ОЗ «О стратегическом планировании в Воронежской области». – (<http://www.consultant.ru/>). – (дата обращения: 25.04.2017).

51. Закон Воронежской области от 30 июня 2010 года № 65-оз «О стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2020 года» // Гарант. - <http://docs2.cntd.ru/document/460176192> (дата обращения 29.11.2017)

52. Закон Воронежской области от 30.06.2010 № 65-ОЗ «О Стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2020 года» (в ред. от 02.03.2015 № 33-ОЗ). – (<http://www.consultant.ru/>), (дата обращения: 25.04.2017).

53. Закшевский В.Г. Направления развития АПК региона на инновационной основе / В.Г. Закшевский, В.М. Новиков, Е.В. Сальников // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2012. – № 1. – С. 25-28.

54. Зверев А.В. Теоретические основы модернизации регионального потребительского рынка / А.В. Зверев, О.В. Фетисова // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2011. – № 3. – URL: http://ecrimea.crimea.edu/arhiv/2012/econ_4_2012/023danil.pdf (дата обращения 29.11.2017)

55. Звягинцев П.С. Программно-целевой метод планирования как основа создания новой индустриализации России / П.С. Звягинцев // Вопросы экономики и права. – 2013. – № 63. – С. 41-46.

56. Иванов М. Руководство по маркетингу консалтинговых услуг / М. Иванов, М.Фербер. – (<http://www.twirpx.com>). – (дата обращения: 20.04.2017).

57. Ивантер В.В. Новая экономическая политика: важнейшие императивы финансовой политики современной России / Ивантер В.В., Порфирьев Б.Н // Экономика и управление. – 2014. – № 2. – С. 6–11.

58. Иголкин И.С. Методический подход к оценке состояния и динамики экономической структуры регионов России / И.С. Иголкин // Регион: системы, экономика, управление. – 2016. – № 4 (35). – С. 8-16.

59. Ильичев А. В. Основы анализа эффективности и рисков целевых программ. Истоки, формализация, реализация / А. В. Ильичев. — М.: Научный мир, 2009. — 352 с.
60. Ильичев А.В. Основы анализа эффективности и рисков целевых программ. Истоки, формализация, реализация. М.: Научный мир, 2009. — 306 с.
61. Исаева Е.М. Динамика воспроизводимых факторов производства в регионах России – экономический и институциональный аспекты / Е.М. Исаева, Л.М. Никитина, Ю.И. Трещевский // Регион: системы, экономика, управление. — 2013. — № 1 (20). — С. 21-31.
62. Исаева Е.М. Институциональная динамика региональных научно-образовательных систем / Е.М. Исаева, Л.М. Никитина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. — 2013. — № 1. — С. 63-71.
63. Исаева Е.М. Экономическая динамика институциональных подсистем регионов России / Е.М. Исаева, Л.М. Никитина, Ю.И. Трещевский // Современная экономика: проблемы и решения. — 2013. — № 1 (37). — С. 86 – 98.
64. Казарина Л. А. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг / Л.А. Казарина, Т.А. Туренко. — М.: ИГЭА, 2013. — С. 17.
65. Канапухин П.А. Институционализация процессов реализации экономических интересов / П.А. Канапухин // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: экономика и управление. — 2006. — № 2. — С. 141 – 143.
66. Клейнер Г.Б. Системный ресурс экономики / Г.Б. Клейнер // Вопросы экономики. — 2011. — № 1. — С. 89-100.
67. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег/ Дж. М. Кейнс // Антология экономической мысли. В 2-х томах. Т. 2. / М.: Эконов. 1993. — С. 137-434.
68. Клищ О.С. Программно-целевой метод планирования как инструмент повышения инвестиционной привлекательности региона / О.С. Клищ // Актуальные вопросы экономических наук. — 2008. — № 3-1. — С. 214-218.

69. Ковешникова Е.В. Исследование инновационного потенциала региона / Е.В. Ковешникова, И.Н. Щепина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия Экономика и управление. – 2006. – № 1. – С. 44-56.

70. Ковешникова Е.В. Подходы к исследованию инновационной деятельности на региональном уровне / Е.В. Ковешникова, И.Н. Щепина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия Экономика и управление. – 2006. – № 2. – С. 189-194.

71. Колесниченко Е.А. Зарубежный опыт разработки и реализации региональной политики / Е.А. Колесниченко // Вестник Тамбовского университета. Серия: гуманитарные науки. – 2008. - №8(64). – С. 401 – 405.

72. Колесниченко Е.А. Направления снижения дифференциации регионального развития / Е.А. Колесниченко // Социально-экономические явления и процессы. – 2009. – № 1(13). – С. 58 – 63.

73. Колесниченко Е.А. Кластерный подход как инструмент создания благоприятного инвестиционного и делового климата в системе обеспечения конкурентоспособности территории / Е.А. Колесниченко, О.В. Савинова // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – № 2 (60). – С. 47-55.

74. Колесниченко Е.А. Факторы стабилизации регионального развития / Е.А. Колесниченко, С.Ю. Шутилина // Экономика образования. – 2009. – №2. – С. 6-11.

75. Коломиец В.В. Анализ эффективности программно-целевого метода бюджетного планирования на основе ведомственных целевых программ / В.В. Коломиец // Вопросы новой экономики. – 2012. – № 3. – С. 64-66.

76. Кормишкин Е.Д. Усиление дифференциации уровней социально-экономического развития регионов в контексте перехода к модели инновационного развития экономики / Е.Д. Кормишкин // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 14 (197). – С. 49-53.

77. Корогодин И.Т. Предпринимательство как социально-экономическая система / И.Т. Корогодин // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 4-2 (57-2). – С. 1097-1101.

78. Корогодин И.Т. Эффективность экономики, ее теоретические основы и предпосылки роста: монография / И.Т. Корогодин, Т.Д. Ромащенко, О.П. Вандышева, А.В. Тарасов, А.В. Зюзюков, В.Г. Дайнеко, И.И. Яреско, Е.А. Золоторева, Е.А. Леденева, Н.В. Голикова, С.А. Смагина. – Воронеж: Издательско-полиграфический центр «Научная книга». – 2012. – 158 с.

79. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – М.: Вильямс. – 2007. – 656 с.

80. Кохужева С.Н. Программно-целевой метод как инструмент государственного управления социально-экономическим развитием региона / С.Н. Кохужева // Новые технологии. – 2011. – № 4. – С. 171-174.

81. Круглякова В.М. Информационное и методическое обеспечение разработки базовых стратегий развития инвестиционной деятельности в регионах РФ / В.М. Круглякова // Регион: системы, экономика, управление. – 2012. – № 1 (16). – С. 65-69.

82. Круглякова В.М. Кластерный подход к анализу факторов и условий инвестиционной деятельности в регионах России / В.М. Круглякова, Ю.И. Трещевский // Экономика и управление. – 2011. – № 7 (69). – С. 17-21.

83. Кузнецова О.В. Экономическое развитие регионов: Теоретические и практические аспекты государственного регулирования / О.В. Кузнецова. – М.: ЛИБЕРКОМ, 2009. – 304 с.

84. Кульба В.В. Управление и контроль реализации социально-экономических целевых программ: монография / Кульба В.В., Ковалевский С.С. М.: Либроком, 2009. – 400 с.

85. Курченков В.В. Проблемы эффективности использования квази-корпоративной структуры управления регионом / В.В. Курченков, О.С. Смирнова, Н.И. Морозова // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2015. – № 2. – С. 33-40.

86. Лапыгин Ю.Н. Ситуация в регионе: оценки стейкхолдеров / Ю.Н. Лапыгин, Д.Ю. Лапыгин // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. – 2014. – № 10 (1). – С. 82-112.

87. Лахина Л.Ф. Кластерный анализ в оценке и прогнозировании показателей современного положения Воронежской области / Л.Ф. Лахина, Н.А. Серебрякова // Инновационное развитие экономики: реалии и перспективы: Материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава и аспирантов. 31 марта–2 апреля 2015 года. Белгород: БУКЭП, 2015. – Ч. 1. С. 342-354.

88. Лексин В.Н. Государство и регионы: теория и практика государственного регулирования территориального развития / В.Н. Лексин, А.Н. Швецов. – М.: УРСС, 2007. – 368 с.

89. Литвинова Т.И. Программно-целевой метод как инструмент стимулирования инновационной деятельности региона / Т.И. Литвинова // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. – 2014. № 4. – С. 382-389.

90. Ловидова А. Г. Государственные программы: подходы к разработке, реализации и оценке эффективности / А. Г. Ловидова // Финансовый справочник бюджетной организации. — 2010. — № 12. — С. 66–69.

91. Майорова В.В. Формирование стратегий на основе экономического анализа институциональных параметров регионов России / В.В. Майорова, Л.М. Никитина, Ю.И. Трещевский // Регион: системы, экономика, управление. – 2016. – №3 (34). – С. 21-29.

92. Майорова В.В. Экономический анализ институциональных параметров социально-экономических систем / В.В. Майорова, Л.М. Никитина, Ю.И. Трещевский // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – № 36 (435). – С. 2-11.

93. Максимец Н.В. Теоретические и методические основы программно-целевого управления / Н.В. Максимец, Г.Р. Шакирова // Российское предпринимательство. – 2012. – № 21. – С. 32–36.

94. Мандель И.Д. Кластерный анализ / И.Д. Мандель. – М.: Финансы и статистика. – 1988. – 176 с.

95. Матвеев О.В. Объективные и субъективные предпосылки поведения потребителей / О.В. Матвеев, А.М. Шевцов // Научные исследования и разработки молодых ученых. – 2016. – № 13. – С. 26-30.

96. Мау В. Институциональные предпосылки современного экономического роста: монография / С. Жаворонков, Д. Маслов, В. Мау. – Москва: Фонд «Институт экономической политики им. Е.Т. Гайдара», 2007. – 133 с.

97. Машегов П.Н. Позиционирование регионов России на основе многомерной классификации и типовые региональные инновационно-инвестиционные стратегии / П.Н. Машегов, Т.С. Соболева // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 19. – С. 2-10.

98. Меньщикова В.И. Стратегия социально-экономического развития в системе управления регионом / В.И. Меньщикова // Вестник Тамбовского университета. Серия: гуманитарные науки. – 2009. – №6. – С. 77-87.

99. Митина Н.Н. Инновации в торговле: характеристика, проблемы и перспективы / Н.Е. Митина, Е.А. Шубина Е.Ю. Саликова, // Экономика и социум: электронное научно-практическое периодическое издание. Вып. 1(6).- 2013. URL: http://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_osnovnoy_6_2013/Mitina%20N.N.,%20Shubina%20E.A.,%20Salikova%20.pdf (дата обращения 04.02.18).

100. Мишон Е.В. Использование системного подхода в современной трактовке понятия «регион» / Л.П. Ельмина, Е.В. Мишон // Актуальные проблемы развития территорий и систем регионального и муниципального управления: Материалы 8-й Международной научно-практической конференции. – Курск, 2013. – С. 77-80.

101. Мозголин Б.С. Программно-целевое управление региональным развитием: проблемы и перспективы / Б.С. Мозголин // Известия Томского политехнического университета. Инжиниринг георесурсов. – 2007. – Т. 311. № 6. – С. 51-54.

102. Мониторинг социальных программ: практические примеры / А. Л. Александрова [и др.]. — М. : Фонд «Институт экономики города», 2005. — 112 с.
103. Московцев В.В. Региональная информационная система и необходимые условия ее развития / Ж.В. Корнева, В.В. Московцев // Вести высших учебных заведений черноземья. — 2010. — №2. — С. 91-95.
104. Московцева Л.В. Вопросы методологии комплексного социально-экономического развития на региональном и муниципальном уровне / Е.А. Колесниченко, Л.В. Московцева // Вестник Тамбовского университета. Серия: гуманитарные науки. — 2006. — №4(44). — С. 332-342.
105. Мурцалов А.М. Программно-целевой метод реализации муниципальной политики / А.М. Мурцалов // Актуальные проблемы экономики, социологии и права. — 2015. — № 2. — С. 156-159.
106. Мясникова Т.А. Стратегирование социально – экономического развития муниципальных образований в регионах России: теория, методология, методическое обеспечение: монография / Т.А. Мясникова. – Воронеж : Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2015. – 271 с.
107. Невейкина Н.В. Актуальные тенденции социально-экономического развития российских регионов // Региональная экономика: теория и практика. — 2013. — № 7 (286). — С.22-28.
108. Невейкина Н.В. Внутренняя структура региона как системы // Российское предпринимательство. — 2014. — № 11 (257). — С. 22-27.
109. Нестеренко И.Ю. Программно-целевое управление развитием малого и среднего предпринимательства на региональном уровне / И.Ю. Нестеренко // Социум и власть. — 2016. — № 3 (59). — С. 84-90.
110. Никитина Л.М. Совершенствование региональных моделей социальной ответственности бизнес-структур: методологические, теоретические, практические аспекты : монография / Л. М. Никитина, Д. А. Степыгин. – Воронеж : Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2013. – 264 с.

111. Новоселов А.С. Регион: проблемы планирования и управления / А. С. Новоселов. – Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2002. – 392 с.
112. Олдендерфер М.С., Блэшфилд Р.К. Кластерный анализ / Факторный, дискриминантный и кластерный анализ / Под ред. И.С. Енюкова. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 215 с.
113. Омаров М.М. Развитие российского потребительского рынка в условиях глобализации экономики / М.М. Омаров // Успехи современного естествознания. – 2007. – № 11. – С. 88-90.
114. Официальный сайт Воронежстат. – URL: / <http://voronezhstat.gks.ru/> (дата обращения 12.04.2017)
115. Панфилов Ф.А. Программно-целевой метод решения приоритетных социально-экономических проблем / Ф.А. Панфилов // Вестник Костромского государственного университета. – 2011. – Т. 17. – № 4. – С. 212-214.
116. Парахина В.Н. Стратегический менеджмент: учебник / В. Н. Парахина, Л. С. Максименко, С.В. Панасенко. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2011. – 496 с.
117. Пигина Т. Н., Доходы населения как основа формирования спроса на потребительском рынке: региональный аспект / Т. Н. Пигина, Н. Л. Тараканова, С. И.Тараканов // Молодой ученый. — 2016. — №29. — С. 472-475. — URL <https://moluch.ru/archive/133/37452/> (дата обращения: 08.01.2018).
118. Пидоймо Л.П. Проблемы и перспективы современной экономики / Л.П. Пидоймо, Ю.Ю. Карпова // Зарубежный опыт планирования: Сборник статей, выпуск второй / Под ред. Ю. И. Трещевского, Г.В. Голиковой. – Воронеж, Воронежский государственный университет, 2016. – 308 с.
119. Плотников В.А. Программно-целевой метод в управлении экономикой региона / В.А. Плотников, Г.В. Федотова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – № 7. – С. 2-9.
120. Плотников В.А. Региональная политика: к вопросу о выборе приоритетов / Е.М. Коростышевская, В.А. Плотников // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2014. – №4. – С. 128 – 134.

121. Полянин А.В. Инновационный и экономический потенциалы регионов как приоритет конкурентоспособности в национальной экономике / Полянин А.В., Макарова Ю.В., Докунова ИА. // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2014. – № 23. – С. 17-26.

122. Постановление Правительства Амурской области от 13 июля 2012 года N 380 «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Амурской области на период до 2025 года (в редакции постановлений Правительства Амурской области от 06.03.2014 N 123, от 09.10.2014 N 618, от 30.03.2015 N 127) / <http://docs.cntd.ru/document/961723123> (дата обращения 04.01.2018 г.)

123. Постановление Правительства Республики Хакасия от 25 октября 2011 года N 700 «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Республики Хакасия до 2020 года (в редакции Постановлений Правительства Республики Хакасия от 28.08.2012 N 571, от 03.06.2014 N 254, от 24.10.2014 N 541, от 09.11.2016 N 553) / <http://docs.cntd.ru/document/424072049> (дата обращения 04.01.2028 г.)

124. Постановление Правительства РФ № 594 от 26.06.1995 г. «Порядок разработки и реализации Экономическая политика и хозяйственная практика»; Постановление Правительства РФ № 239 от 19.04.2005 г. (с изм. от 24.05.2010) «Положение о разработке, утверждении и реализации ведомственных целевых программ».

125. Постановление Правительства Хабаровского края от 13 января 2009 г. N 1-пр «О Стратегии социального и экономического развития Хабаровского края до 20125 года (в ред. постановления Правительства Хабаровского края от 26.05.2011 N 158-пр)/ <https://khabkrai.ru/officially/Gosudarstvennyye-programmy/Dokumenty-strategicheskogo-planirovaniya/146062> (дата обращения 04.01.2018 г.).

126. Преображенский Б.Г. Интеграция российских регионов в мировую экономику : формы, тенденции, факторы, инструменты: монография / Б.Г.

Преображенский, Ю.И. Трещевский, М.А. Хрипченко. – Воронеж : Науч. кн., 2008. – 296 с.

127. Разомасова Е.А. Сфера потребительских услуг: цена, доступность, качество / Е.А. Разомасова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2011. – № 4. – С. 230-236.

128. Райзберг Б.А. Программно-целевое планирование и управление: Учебник. / Б.А. Райзберг, А.Г. Лобко – М.: ИНФРА-М, 2002. – 428 с.

129. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» (вместе с "Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года").

130. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2005. Стат. сб. / Росстат. – М.: 2005. – С. 794-833.

131. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016. Стат. сб. / Росстат. – М.: 2016. – С. С. 228 – 231; 268 – 269; 284 – 287; 302 – 303; 901 – 902; 980 – 993.

132. Решетникова Е.Г. Программно-целевой метод в стратегическом планировании развития сферы потребления продовольствия // Закономерности развития региональных агропродовольственных систем. – 2015. Т. 1. – № 1. – С. 123-127.

133. Рисин И.Е. Типологизация инновационного развития регионов России на основе поэтапной кластеризации / И.Е. Рисин, Д.Ю. Трещевский // Известия Юго-западного государственного университета. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. – 2011. – №1. – С. 20-27.

134. Ромащенко Т.Д. Методология научного исследования экономики, управления и финансов. Учебное пособие / Т.Д. Ромащенко, Ю.И. Трещевский, Н.Ю. Трещевская. АОНО Институт менеджмента, маркетинга и финансов. – Воронеж, 2009. – 220 с.

135. Ромащенко Т. Д. Экономический рост: сущность, типы, гуманизация: монография / Т. Д. Ромащенко. Воронеж: Автономная образовательная некоммерческая организация высшего профессионального образования «Институт менеджмента, маркетинга и финансов», 2013. – 196 с.

136. Савоськина Т.Н. Программно-целевой метод управления как условие формирования нового качества образования / Т.Н. Савоськина // Вестник ТОГИРРО. – 2013. – № 1. – С. 66-69.

137. Самаруха В.И., Применение программно-целевого метода в финансовом обеспечении бюджетного сектора региона / Самаруха В.И., Сорокина Т.В. // Baikal Research Journal. – 2013. – № 3. – С. 1.

138. Свиридов А.С. Управление процессами социализации бизнеса в регионах России : методология исследования, теория, практика : монография / А.С. Свиридов. – Воронеж : Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2015. – 300 с.

139. Свистунова П.А. Маркетинг в сфере услуг / П.А. Свистунова. – (<http://lib.4i5.ru>). – (дата обращения: 21.04.2017).

140. Сканцев В.М. Оценка синергетического эффекта агломераций с учетом региональных особенностей / Сканцев В.М., Кулагина Н.А., Атаманова О.В., Дадыкин В.С. // Вестник Брянского государственного технического университета. – 2015. – № 2 (46). – С. 141.

141. Сироткина Н.В. Научно-производственные кластеры: теория и практика управления российскими регионами : монография / Н.В.Сироткина, Ю.А. Ахенбах. – Воронеж, Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2012. – 533 с.

142. Сканцев В.М. Оценка синергетического эффекта агломераций с учетом региональных особенностей / Сканцев В.М., Кулагина Н.А., Атаманова О.В., Дадыкин В.С. // Вестник Брянского государственного технического университета. – 2015. – № 2 (46). – С. 141.

143. Смирнова О.О. Актуальные вопросы государственного планирования или первые действия «на старте» за полгода после вступления в силу за-

кона «О стратегическом планировании в Российской Федерации» // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2015. – № 1(21)– с. 55-58.

144. Смирнова О.О. Основы стратегического планирования Российской Федерации // М.: Наука, 2013. – 302 с.

145. Современные трансформационные экономические и социально - политические процессы: тезисы докладов IV Международной научно-практической конференции (23 - 25 мая 2013 г.). – Абакан: Ред. изд. сектор ХТИ – филиала СФУ, 2013. – 320 с.

146. Социально-экономические показатели регионов ЦФО [Электронный ресурс] :<http://www.gks.ru/> [Дата обращения 05.05.2017].

147. Стиглиц Дж. Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему / Д.Е. Стиглиц. Издательство «Э», 2017. – 512 с.

148. Стратегическое планирование на региональном уровне (по Д.С. Львову, А.Г. Гранбергу, А.П. Егоршину). – URL: http://kpfu.ru/docs/F1553168800/4_Vog_lek3.pdf (дата обращения 20.04.2017).

149. Стратегия социально-экономического развития Удмуртской Республики на период до 2025 года / <http://udmark.ru/upload/iblock/12a/straterg2025.pdf> (дата обращения 04.01.2027 г.)

150. Стратегия социально-экономического развития Хабаровского края на период до 2030 года) <http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect> (дата обращения 04.01.2018 г.)

151. Стратегия социально-экономического развития Центрального федерального округа до 2020 года [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/16ee8ae4-4bdb-4616-9375> (дата обращения: 25.04.2017)

152. Стратегия социально-экономического развития ЦФО на период до 2020 года [Электронный ресурс] :<http://cfo.gov.ru/acts/3> (Дата обращения 05.05.2017).

153. Стратегия социально-экономического развития ЦФО на период до 2020 года [Электронный ресурс] :<http://cfo.gov.ru/acts/3> (Дата обращения 05.05.2017).

154. Строева О.А. Механизм проектного управления: обязательные компоненты / Строева О.А., Ляпина И.Р., Тимофеева С.А. // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11-4 (76-4). – С. 1145-1147.

155. Сычанина С.Н., Программно-целевое управление: генезис и тенденции развития / С.Н. Сычанина, Р.А. Шичих // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2013. – № 4. – С. 37-42.

156. Табачникова М.Б. Институциональная среда как фактор социально-экономического развития региона / М.Б. Табачникова // Регион: системы, экономика, управление. – 2017. – № 3 (38). – С. 22-29.

157. Табачникова М.Б. Оценка уровня экономического пессимизма институциональных групп / Табачникова М.Б. // Регион: системы, экономика, управление. – 2016. – № 2 (37). – С. 96-102.

158. Табачникова М.Б. Перспективы реализации проектов социально-экономического развития в оценке институциональных групп региона / М.Б. Табачникова. // Современная экономика: проблемы и решения. – 2017. – № 4 (88). – С. 123-133.

159. Терещенко Б.Н. Исследование опыта реализации целевых программ в Германии и Великобритании / Б.Н. Терещенко // Сегодня и завтра российской экономики. – 2014. – №64. – С. 37-42.

160. Третьякова В.Д. Программно-целевой метод в формировании региональной государственной политики / В.Д. Третьякова // Актуальные вопросы современной науки. – 2011. – № 19. – С. 341-349.

161. Третьякова Л.А. Концептуальные основы устойчивого регионального развития в условиях глобализации / Л.А. Третьякова // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 18. – С. 2-10.

162. Трещевский Д.Ю. Оценка инновационного развития регионов России на основе группировки по нормализованным статистическим показателям

/ Д.Ю. Трещевский // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2011. – №4. – С. 30-34.

163. Трещевский Ю.И. Инновационная деятельность в регионах России с различными типами экономического поведения / Ю.И. Трещевский., М.В. Литовкин // RJOAS: Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. – 2017. – Апрель, 4 (64). – Р. 4-11.

164. Трещевский Ю.И. Виртуальная кластеризация российских регионов в сфере социальной ответственности бизнеса и государства / Ю.И. Трещевский, Д.А. Степыгин // Регион: системы, экономика, управление. – 2013. – № 1 (20). – С.47-58.

165. Трещевский Ю.И. Экономико-статистический анализ муниципальных образований Воронежской области – пространственно-функциональный аспект / Трещевский Ю.И., Дзюбенко О.Б., Терзи И.В., Трунова Д.С. // Регион: системы, экономика, управление. – 2017. – № 2 (37). – С. 25-35.

166. Угурчиева Л.М. Программно-целевой метод управления регионом, понятие и особенности / Л.М. Угурчиева // Новая наука: Современное состояние и пути развития. – 2016. – № 6-1. – С. 199-201.

167. Федеральный закон № 115 от 20.07.1995 г. «О государственном прогнозировании и программировании социально-экономического развития Российской Федерации».

168. Федеральный закон от 28 июня 2014 г. N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации" с изменениями и дополнениями от 3.07.2016. - Система ГАРАНТ. – URL: / http://base.garant.ru/70684666/1/#block_100#ixzz4eA1hATiW (дата обращения 13.04.2017)

169. Федеральный закон от 28 июня 2014 г. N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации" с изменениями и дополнениями от 3.07.2016. - Система ГАРАНТ. – URL: / http://base.garant.ru/70684666/1/#block_100#ixzz4eA1hATiW (дата обращения 13.04.2017).

170. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016).

171. ФЗ РФ № 381-ФЗ от 28.12.2009 г. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/ (дата обращения 29.11.2017).

172. Хайек Ф. Познание, конкуренция и свобода / Ф. Хайек. СПб, Пневма. – 2003. – С. 61.

173. Хандажапова Л.М. Экологические инновации и развитие «зеленой экономики» в регионах России / Хандажапова Л.М., Лубсанова Н.Б. //Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2016. – № 2 (335). – С. 131-138.

174. Целевые программы развития регионов: рекомендации по совершенствованию разработки, финансирования и реализации / Отв. редактор В. Ю. Любовный и др. – М.: Моск. обществ. науч. фонд, 2000. – 179 с.

175. Чарыкова, О. Г. Государственное регулирование сельского хозяйства в современных условиях [Текст] / О. Г. Чарыкова, Н. А. Новичихина // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2012. – №12. – С. 5-9.

176. Черемискина С. Начинаящему бизнесмену: сфера услуг / С. Черемискина. – (<http://fb.ru/article/3632/nachinayuschemu-biznesmenu-sfera-uslug>). – (дата обращения: 16.04.2017).

177. Чудакова Е.А. Качественное развитие сектора розничной торговли как фактор развития конкурентоспособной экономики региона / Е.А. Чудакова // Вестник Воронежского аграрного университета. – №1 (44). – 2015. – С. 102-109.

178. Чудакова Е.А. Организационные аспекты создания региональных промышленных кластерных образований / Е.А. Чудакова, С.В. Вандышева, Е.И. Рыжков // Экономика и управление в машиностроении. – 2016. – № 1. – С. 13-17.

179. Шедько Ю.Н. Программно-целевой метод как инструмент повышения эффективности территориальных социально-экономических систем / Ю.Н.Шедько // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 44. – С. 27.

180. Шигильчев М.А. Программно-целевой подход в управлении инновационной сферой региона / М.А. Шигильчев //Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2011. – № 6. – С. 29-36.

181. Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития : материалы XII Всероссийской научно– практической конференции 3 февраля 2015 года. – СПб. : СПбГУП, 2015. – 156 с.

182. Экономика Центрального Федерального округа [Электронный ресурс]. – (<http://newsruss.ru/doc/index.php>). – (дата обращения: 25.04.2017).

183. E. Isaeva Regional scientific and educational complexes of Russia: trends and contradictions of development / E. Isaeva, L. Nikitina // International Symposium Engineering Management and Competitiveness (21-22rd June 2013; Zrenjenin; Serbia) : Proceedings EMC2013. – Zrenjenin: Technical faculty “Mihajlo Pupin”, 2013. – P.169-174.

184. Hartigan I.A. Algorithm AS 136: A K-Means Clustering Algorithm / J.A. Hartigan, M.A. Wong // Journal of the Royal Statistical Society Series C (Applied Statistic. – Vol. 28, № 1 (1979). – P. 100-108.

185. Galina V. Golikova Analysis and Problems of Development of Regional Consumer Complex / Galina V. Golikova, Galina N. Franovskaya, and Olga B. Dzyubenko // Advances in Intelligent Systems and Computing. Springer International Publishing AG; Cham, Switzerland. – P. 248-255.

186. Maria B. Tabachnikova Public Authorities and Business on the Possibilities of Region’s Development / Igor E. Risin, Yuri I. Treshchevsky, Maria B. Tabachnikova, and Galina N. Franovskaya // Overcoming Uncertainty of Institutional Environment as a Tool of Global Crisis Management. Springer. – 2017. – P. 55-62.

187. Results of Innovational Activities of Russian Regions in View of the Types of Economic Culture / Yuri Treshchevsky; Larisa Nikitina; Mikhail Litovkin, Valentina Mayorova // Russia and the European Union Development and Perspectives Part of the series Contributions to Economics. Book. Contributions to Economics, 2017 PP. 47-53. ISBN: 978-3-319-55256-9 (Print) 978-3-319-55257-6 (Online)

188. Tabachnikova M.B. Analysis of economic optimism and pessimism of institutional groups in the region / Tabachnikova M.B., Treshchevskiy Y.I., Plugatyreva A.A. // RJOAS: Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. SSUE 6(66), June 2017. pp. 175-184, Crossref DOI: <https://doi.org/10.18551/rjoas.2017-06.20>.

Приложение А

Социально-экономические показатели потребительской сферы товаров и услуг в регионах ЦФО

Таблица А1 – Оборот розничной торговли

Административно-территориальные образования	Январь-декабрь 2016 г.		Декабрь 2016 г. в % к декабрю 2015 г.
	млн рублей	в % к январю-декабрю 2015 г.	
Российская Федерация, млрд рублей	28137,1	94,8	94,1
Центральный федеральный округ	9424012,5	94,4	94,1
Белгородская область	298669,8	101,7	97,7
Брянская область	217337,4	92,8	94,8
Владимирская область	197302,9	94,5	93,2
Воронежская область	483445,5	96,6	88,5
Ивановская область	144043,4	90,6	86,5
Калужская область	177419,1	96,7	90,2
Костромская область	93040,3	100,6	99,3
Курская область	189617,7	97,7	98,5
Липецкая область	226044,5	97,5	98,0
Московская область	1901349,9	101,0	98,7
Орловская область	116173,4	93,6	91,8
Рязанская область	169813,8	94,7	97,8
Смоленская область	150011,8	89,4	90,9
Тамбовская область	189897,1	96,4	96,3
Тверская область	214151,9	95,3	94,1
Тульская область	254952,3	93,5	90,6
Ярославская область	205814,8	93,1	90,0
г. Москва	4194927,0	90,9	92,9

Таблица А2 – Оборот розничной торговли по торговым сетям

Административно-территориальные образования	Январь-декабрь 2016 г., млн рублей	В % к общему обороту розничной торговли субъекта Российской Федерации
Российская Федерация, млрд рублей	7462,6	26,5
Центральный федеральный округ	2519149,4	26,7
Белгородская область	64123,8	21,5
Брянская область	46290,5	21,3
Владимирская область	70746,4	35,9
Воронежская область	111513,9	23,1
Ивановская область	41890,7	29,1
Калужская область	58249,6	32,8
Костромская область	27155,3	29,2
Курская область	47782,0	25,2
Липецкая область	54212,6	24,0
Московская область	621615,8	32,7
Орловская область	33390,8	28,7
Рязанская область	64220,7	37,8
Смоленская область	36790,7	24,5
Тамбовская область	40750,6	21,5
Тверская область	75151,1	35,1
Тульская область	79547,5	31,2
Ярославская область	68189,9	33,1
г. Москва	977527,9	23,3

Таблица А3 – Число розничных рынков и торговых мест в них на 1 января 2017 года

Административно-территориальные образования	Число рынков, единиц	Число торговых мест, мест
Российская Федерация	1158	311009
Центральный федеральный округ	271	70052
Белгородская область	5	680
Брянская область	3	466
Владимирская область	4	293
Воронежская область	18	5874
Ивановская область	2	205
Калужская область	5	1138
Костромская область	9	972
Курская область	7	1466
Липецкая область	20	6822
Московская область	96	14743
Орловская область	3	249
Рязанская область	14	5572
Смоленская область	6	1890
Тамбовская область	19	6818
Тверская область	14	2006
Тульская область	9	2836
Ярославская область	10	2059
г. Москва	27	15963

Таблица А4 – Оборот общественного питания

Административно-территориальные образования	Январь-декабрь 2016 г.		Декабрь 2016 г. в % к декабрю 2015 г.
	млн рублей	в % к январю-декабрю 2015 г.	
Российская Федерация, млрд рублей	1333,7	96,2	94,9
Центральный федеральный округ	359245,7	92,4	90,2
Белгородская область	7278,6	100,2	89,7
Брянская область	10802,5	97,0	92,7
Владимирская область	9866,0	95,3	99,1
Воронежская область	13268,3	103,0	101,3
Ивановская область	5290,3	101,2	102,7
Калужская область	5475,0	104,3	107,4
Костромская область	3812,2	92,3	94,9
Курская область	5776,3	101,8	108,2
Липецкая область	6571,0	100,1	97,1
Московская область	86399,7	99,1	105,4
Орловская область	3814,0	90,4	89,0
Рязанская область	5452,0	86,5	82,6
Смоленская область	6364,4	93,4	87,4
Тамбовская область	4824,0	100,3	99,2
Тверская область	7830,5	92,5	90,9
Тульская область	6377,2	93,6	85,8
Ярославская область	9164,2	103,1	94,4
г. Москва	160879,5	86,1	80,6

Таблица А5 – Объем платных услуг населению

Административно-территориальные образования	Январь-декабрь 2016 г.		Декабрь 2016 г. в % к декабрю 2015 г.
	млн рублей	в % к январю-декабрю 2015 г.	
Российская Федерация, млрд рублей	8377,8	99,7	99,9
Центральный федеральный округ	2824621,6	101,5	100,3
Белгородская область	77833,1	100,1	99,8
Брянская область	46293,2	97,6	99,7
Владимирская область	66818,8	95,5	97,7
Воронежская область	118226,2	103,3	118,3
Ивановская область	40103,7	96,7	97,5
Калужская область	45396,5	99,6	99,5
Костромская область	24196,2	98,3	102,7
Курская область	51409,6	98,9	99,7
Липецкая область	55480,1	102,3	100,4
Московская область	442395,9	97,0	100,7
Орловская область	31459,7	99,1	101,3
Рязанская область	40028,7	100,1	96,4
Смоленская область	30485,5	92,2	91,5
Тамбовская область	46758,7	99,7	104,2
Тверская область	57983,7	105,4	101,1
Тульская область	67892,0	97,9	94,9
Ярославская область	48525,3	99,1	101,7
г. Москва	1533334,8	104,0	99,3

Таблица А6 – Оборот оптовой торговли организаций оптовой торговли

Административно-территориальные образования	Январь-декабрь 2016 г.		Декабрь 2016 г. в % к декабрю 2015 г.
	млн рублей	в % к январю-декабрю 2015 г.	
Российская Федерация, млрд рублей	40988,7	99,3	90,7
Центральный федеральный округ	20604694,5	95,6	96,2
Белгородская область	444560,7	103,1	92,1
Брянская область	158404,0	81,2	76,8
Владимирская область	156175,4	108,2	95,5
Воронежская область	572797,5	125,0	123,5
Ивановская область	192941,0	96,6	110,5
Калужская область	151072,8	121,9	111,3
Костромская область	86314,4	100,5	94,7
Курская область	169030,0	91,6	92,7
Липецкая область	234381,2	92,1	89,1
Московская область	2614664,8	105,5	103,6
Орловская область	140358,3	106,2	93,2
Рязанская область	207487,9	90,5	84,2
Смоленская область	187333,3	95,3	100,6
Тамбовская область	147868,7	98,7	98,6
Тверская область	103662,4	98,2	92,1
Тульская область	204183,5	103,2	96,3
Ярославская область	279623,4	107,1	102,8
г. Москва	14553835,3	92,5	94,4

Таблица А7 – Индексы потребительских цен в декабре 2016 года

в процентах

Административно-территориальные образования	К декабрю 2015 г.			
	товары и услуги	в том числе		
		продовольственные товары	непродовольственные товары	услуги
Российская Федерация	105,4	104,6	106,5	104,9
Центральный федеральный округ	105,9	105,0	107,0	105,6
Белгородская область	104,4	104,4	104,7	103,4
Брянская область	106,1	104,1	108,1	106,9
Владимирская область	105,0	105,2	106,3	102,8
Воронежская область	105,5	105,8	106,4	102,9
Ивановская область	106,0	105,0	107,1	106,1
Калужская область	105,7	104,6	108,8	102,7
Костромская область	106,1	105,6	108,8	102,5
Курская область	105,8	105,3	107,2	104,0
Липецкая область	104,6	103,9	106,4	103,0
Московская область	106,2	106,3	107,9	104,6
Орловская область	106,3	105,1	107,4	105,9
Рязанская область	105,5	105,1	107,4	103,4
Смоленская область	104,7	103,5	105,6	105,8
Тамбовская область	105,2	105,0	106,4	103,4
Тверская область	104,8	103,6	106,1	105,0
Тульская область	105,6	104,8	107,7	103,3
Ярославская область	105,7	104,6	107,3	105,3
г. Москва	106,2	104,8	106,9	106,9

Таблица А8 – Стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услугв декабре 2016 года

Административно-территориальные образования	Стоимость набора, рублей	Изменение стоимости набора в % к декабрю 2015г.	Стоимость набора в % к средне-российскойстоимости
Российская Федерация	14212,1	106,1	100
Центральный федеральный округ	15769,4	106,7	111
Белгородская область	12526,8	105,0	88
Брянская область	13293,2	106,8	94
Владимирская область	14056,9	105,9	99
Воронежская область	13395,1	105,8	94
Ивановская область	13566,4	106,4	95
Калужская область	14019,8	105,2	99
Костромская область	12923,4	106,8	91
Курская область	12308,2	106,2	87
Липецкая область	12325,7	105,7	87
Московская область	15706,0	106,5	111
Орловская область	12461,1	106,1	88
Рязанская область	13329,6	106,9	94
Смоленская область	13949,7	105,8	98
Тамбовская область	12709,0	104,3	89
Тверская область	13836,6	104,4	97
Тульская область	13353,0	106,8	94
Ярославская область	13852,1	106,7	97
г. Москва	20714,7	108,2	146

Таблица А9 – Индексы цен (тарифов) производителей в декабре 2016 года

в процентах

Административно-территориальные образования	К декабрю 2015 г.			
	промышленных товаров	сельскохозяйственной продукции	на продукцию (затраты, услуги) инвестиционного назначения	тарифы на грузовые перевозки
Российская Федерация	107,4	101,8	103,2	105,6
Центральный федеральный округ	106,6	100,3	102,6	103,0
Белгородская область	102,6	99,6	101,4	100,3
Брянская область	103,7	93,0	104,5	105,7
Владимирская область	106,5	100,6	104,5	103,2
Воронежская область	102,5	99,0	97,6	108,3
Ивановская область	106,8	101,9	100,9	100,0
Калужская область	108,5	108,6	99,8	107,3
Костромская область	108,6	100,0	100,0	106,6
Курская область	108,6	104,0	103,3	105,6
Липецкая область	115,5	100,1	101,2	103,5
Московская область	106,2	99,1	103,7	96,8
Орловская область	105,1	94,4	102,8	100,8
Рязанская область	109,9	102,9	101,3	102,1
Смоленская область	105,3	108,7	102,2	83,1
Тамбовская область	99,7	97,8	100,8	100,6
Тверская область	104,1	109,7	104,3	103,7
Тульская область	111,9	125,9	101,6	99,9
Ярославская область	107,6	100,3	108,0	108,4
г. Москва	106,3	89,7	101,2	101,5

Таблица А10 – Отраслевая структура валовой добавленной стоимости регионов ЦФО в 2016 г.
(в текущих ценах; в процентах к итогу)

	Вало- ло- вая до- бав- лен- ная сто- имос- ть в ос- нов- ных це- нах	в том числе														
		Раз- дел А	Раз- дел В	Раз- дел С	Раз- дел D	Раздел Е	Раз- дел F	Раздел G	Раз- дел H	Раз- дел I	Раз- дел J	Раз- дел K	Раздел L	Ра- зде- л M	Раз- дел N	Раздел O
		Сел- ьско- е хо- зяй- ство	Ры- бо- лов- ство , ры- бо- вод- ство	До- быча полез- ных иско- пае- мых	Об- раба- баты- ва- ющ- ие про- из- вод- ства	Произ- водство и рас- преде- ление электро- энергии, газа и воды	Стр- ои- тель- ство	Оптовая и роз- ничная торговля	Гос- тини- цы и ре- сто- ра- ны	Тра- нспо- рт и связь	Фи- нан- со- вая дея- тель- ност- ь	Опе- рации с не- дви- жимым иму- щес- твом	Государ- ственное управле- ние и обеспе- чение военной безопас- ности; социаль- ное страхо- вание	Об- ра- зо- ва- ни- е	Здра- во- охра- нение и предо- ставле- ние соци- аль- ных услуг	Предо- ставле- ние прочих комму- наль- ных, соци- альных и пер- сональ- ных услуг
РФ	100,0	4,2	0,2	11,2	17,3	3,8	7,1	18,2	1,0	10,4	0,6	11,9	5,6	3,1	4,0	1,4
ЦФО	100,0	2,9	0,0	0,8	16,0	4,0	5,1	27,0	0,9	10,5	1,0	17,6	5,6	2,8	3,7	2,1
Белгородская область	100,0	17,3	0,0	16,0	18,1	3,5	8,2	15,2	0,4	5,5	0,2	5,5	3,8	2,6	2,8	0,9
Брянская область	100,0	6,9	0,0	0,1	19,3	2,9	5,3	23,2	1,6	14,1	0,4	7,8	8,5	4,3	4,6	1,0
Владимирская область	100,0	6,1	0,0	0,4	30,3	3,9	6,0	13,9	1,0	9,2	0,5	11,8	7,3	3,2	4,7	1,7
Воронежская область	100,0	13,8	0,0	0,6	13,8	3,8	7,4	18,6	0,7	10,7	0,3	16,2	6,0	3,8	3,4	0,9

Ивановская область	100,0	4,4	0,0	0,3	19,6	7,8	4,8	17,7	1,0	9,6	0,6	9,9	10,5	5,1	7,0	1,7
Калужская область	100,0	6,6	0,0	0,4	40,2	1,9	8,2	11,8	0,8	5,1	0,3	9,7	6,2	3,4	4,1	1,3
Костромская область	100,0	9,8	0,0	0,1	23,9	8,3	4,4	17,4	0,9	7,7	0,4	7,4	9,6	4,2	4,5	1,4
Курская область	100,0	15,2	0,0	12,3	16,7	8,5	5,5	9,5	0,5	8,9	0,3	6,7	6,8	4,2	3,9	1,0
Липецкая область	100,0	9,3	0,0	0,9	32,1	3,6	11,2	13,2	0,7	6,2	0,3	9,2	5,4	2,9	3,8	1,2
Московская область	100,0	2,0	0,0	0,2	17,8	5,3	5,8	25,6	1,5	11,3	0,5	15,6	6,0	2,6	4,4	1,4
Орловская область	100,0	14,5	0,0	0,1	16,7	4,3	7,7	14,0	0,7	14,3	0,4	6,5	9,0	5,9	4,6	1,3
Рязанская область	100,0	8,7	0,0	0,3	26,6	5,0	5,0	17,2	0,6	10,0	0,4	8,1	7,6	4,2	4,8	1,5
Смоленская область	100,0	6,6	0,0	0,5	21,9	9,4	7,8	18,7	1,0	9,5	0,4	6,9	7,8	4,1	4,4	1,0
Тамбовская область	100,0	17,3	0,0	0,0	13,1	2,7	13,5	19,3	0,6	10,6	0,3	5,2	8,4	3,6	4,3	1,1
Тверская область	100,0	5,5	0,0	0,3	21,1	8,3	10,5	15,3	1,2	9,4	0,4	8,2	9,0	4,3	5,1	1,4
Тульская область	100,0	5,5	0,1	0,4	34,1	3,4	6,5	14,1	0,6	7,5	0,4	10,6	6,9	3,5	5,1	1,3
Ярославская область	100,0	3,9	0,0	0,1	26,7	4,5	6,7	18,5	1,0	12,1	0,4	9,9	6,4	3,5	4,6	1,7
г. Москва	100,0	0,1	0,0	0,0	12,5	3,5	3,9	32,1	0,9	10,9	1,3	21,5	4,9	2,4	3,4	2,6