

УДК 332.01

***ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ КУРОРТА СОЧИ***

***Войнова Я.А.***

*к.э.н., доцент*

*Сочинский государственный университет,*

*Сочи, Россия*

**Аннотация**

Целью написания статьи стало изучение институциональных основ рынка потребительских товаров и услуг на примере курортного города Сочи. Методами исследования послужили анализ, изучение и обобщение опыта функционирования институтов в сфере рыночного обращения товаров и услуг. В результате был выяснен механизм взаимодействия формальных и неформальных институтов, показана реализация важнейших управленческих функций. Основным выводом стало определение контролирующей и регулирующей роли Администрации муниципального образования в обеспечении взаимодействия между покупателями и поставщиками товаров и услуг на потребительском рынке.

**Ключевые слова:** институт, механизм, институциональный механизм, рынок, регулирование, товары, услуги, потребитель, потребительский рынок.

***INSTITUTIONAL MECHANISM OF CONSUMER GOODS AND SERVICES  
MARKET REGULATION IN THE RESORT SOCHI***

***Voynova Ya.A.***

*PhD, Associate Professor*

*Sochi State University,*

*Sochi, Russia*

**Abstract**

The article purpose was the study of the institutional foundations of the consumer goods and services market on the example of the Sochi resort city. The research methods were analysis, study and overview of the experience of functioning of institutions in the field of market circulation of goods and services. As a result of the study, the mechanism of interaction between formal and informal institutions was clarified, the implementation of the most important management functions was shown. The main conclusion was the definition of the controlling and regulating role of the municipal administration in ensuring interaction between buyers and suppliers of goods and services in the consumer market.

**Keywords:** institution, mechanism, institutional mechanism, market, regulation, goods, services, consumer, consumer market.

Регулирование потребительского рынка является важным звеном процесса управления муниципальным образованием, так как уровень жизни местного населения, комфортность пребывания туристов определяется степенью развития предприятий торговли и питания, уровнем цен на продукты и услуги, ассортиментом предлагаемой продукции, доступностью необходимых для жизни и отдыха товаров. [5, с.21]

Отношения между субъектами потребительского рынка (производителями товаров, оптово-розничными предприятиями, покупателями, транспортными компаниями и т.п.) сопровождаются на всех этапах продвижения товаров и услуг заключением контрактов (договоров), отражающих такие ключевые моменты, как предмет договора, цена договора, порядок перехода права на оговоренный предмет договора. Основу этих взаимодействий и правила совершения обменных товарно-денежных операций можно понять путем рассмотрения институционального механизма, определяющего основы функционирования потребительского рынка и рынка услуг курортного города Сочи. [6, с.496]

Институциональный механизм является элементом хозяйственного механизма, обеспечивающим соблюдение определенных правил, определяемых факторами внешней и внутренней среды, в которой совершаются сделки между контрагентами в определенный промежуток времени. Институциональный механизм призван обеспечить стабильное развитие всей экономической структуры в условиях постоянно изменяющихся факторов внешней и внутренней среды. Таким образом, посредством институционального механизма становится возможным непрерывный процесс развития и совершенствования хозяйственного механизма. [4, с.32]

Структурно институциональный механизм включает в себя:

- 1) процесс взаимодействия субъектов в процессе заключения сделки;
- 2) определенный порядок взаимодействия этих субъектов;
- 3) ресурсы, необходимые для взаимодействия;
- 4) сами институты;
- 5) систему функционирования института;
- 6) инструменты воздействия на агентов в процессе контрактаций.

Согласно данной структуре, можно заключить, что институциональный механизм в общем виде представляет собой реализацию сущностного содержания определенного института в момент взаимодействия между его субъектами. [8, с.48]

Если рассматривать структуру институционального механизма, применительно к потребительскому рынку и рынку услуг города-курорта Сочи, то в качестве взаимодействующих субъектов выступают: производители товаров и услуг (домашние хозяйства, агропромышленные предприятия, гостиницы, санаторно-курортные организации, рестораны, кафе, транспортные организации и пр.), посредники в лице оптово-розничных предприятий, потребители услуг. В качестве надстройки, реализующей функции управления (планирования, организации, регулирования, контроля, анализа, координации и т.д.) выступают прежде всего местные органы власти, международные торговые организации

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМЭ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

(ЮНКТАД, ВТО, ГАТС), общественные организации (торгово-промышленная палата города Сочи, институт Уполномоченного при Президенте по защите прав предпринимателей в Краснодарском крае по городу Сочи). Именно эти организации совместными усилиями формируют, реализуют и контролируют формальные институты в сфере потребительского рынка, то есть те нормы и правила, которые регламентированы законом Российской Федерации и их исполнение контролируется государственными органами власти (исполнительной, судебной ветвями). Также в надстройке институционального механизма необходимо выделить коммерческие организации и предпринимателей, которые в процессе взаимодействия разработали некие неформальные институты, сложившиеся правила поведения и взаимоотношений, не утвержденные законом.

Модель институционального обеспечения функционирования потребительского рынка и рынка услуг в городе Сочи можно представить в виде схемы, представленной на рисунке 1, где автором была отражена система взаимодействий между организационными структурами управления потребительским рынком и его участниками посредством реализации ключевых управленческих функций.

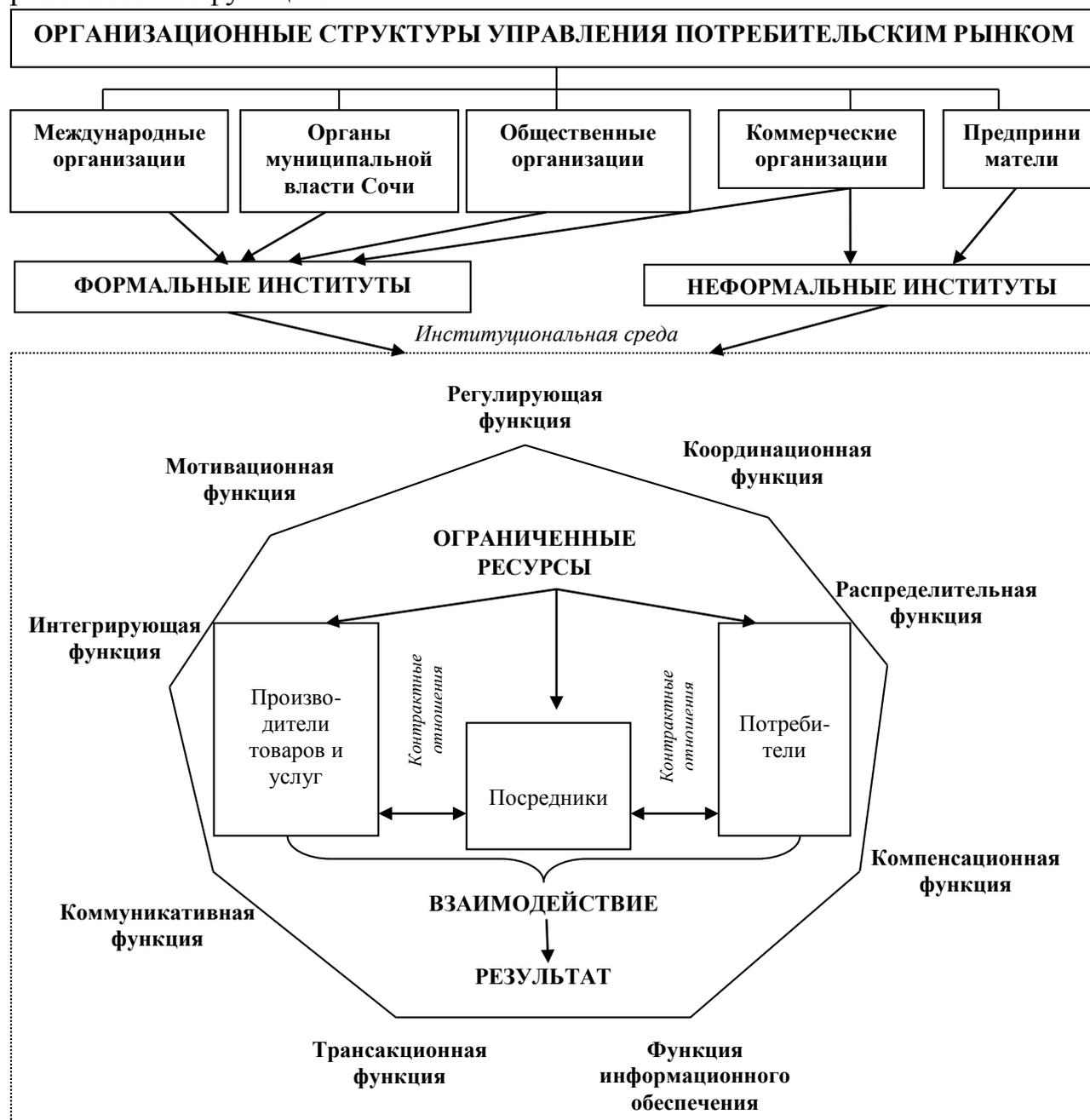


Рис.1 – Институциональный механизм функционирования потребительского рынка и рынка услуг города-курорта Сочи

В рамках институциональной среды формальные и неформальные институты реализуют следующие функции: [7, с.18]

✓ регулирующая функция заключается в том, что создаваемые институты в конечном итоге приводят к достижению модели поведения индивидов, эффект от которой в наибольшей степени полезен для социально-экономической системы муниципального образования, а негативно отражающаяся на её состоянии деятельность ограничивается;

✓ координационная функция институтов заключается, во-первых, в предписании того или иного способа действия в ситуации, которую регулирует соответствующий институт, а во-вторых, в ограничении доступа к тому или иному ресурсу и установлении разнообразных способов их использования;

✓ распределительная функция выражается в распределении ресурсов между участниками потребительского рынка и рынка услуг города;

✓ мотивационная функция выражается в стимулировании индивидов и фирм в участии в коллективной деятельности по созданию, продвижению и распределению продукции, услуг;

✓ интегрирующая функция имеет своей целью за счёт создания определенных институтов вовлечь индивидов и фирмы в процессы, происходящие на потребительском рынке;

✓ транзакционная функция – это одна из основных функций институтов, заключающаяся в поиске путей минимизации транзакционных издержек в процессе заключения и реализации сделок;

✓ компенсационная функция позволяет компенсировать моральный и материальный вред, причиненный вследствие нарушения договорных обязательств между участниками обмена, или в случаях проявления оппортунистического поведения одной из сторон сделки;

✓ коммуникативная функция предписывает определенные правила коммуникации между субъектами потребительского рынка и рынка услуг;

✓ информационная функция выражается в установлении определенного порядка сбора и обмена информацией между субъектами рынка потребительских товаров и услуг. В этом отношении важными аспектами являются полнота информации, её точность и своевременность.

На муниципальном уровне иерархию в системе управления развитием рынка потребительских товаров и услуг можно представить в виде схемы, представленной на рисунке 2.



Рис.2 – Место Управления потребительского рынка и услуг в системе муниципального управления г. Сочи

Задачами Управления потребительского рынка и услуг являются:

- 1) Осуществление содействия в реализации федерального и краевого законодательства;
  - 2) Реализация мер, направленных на развитие инфраструктуры потребительского рынка (совокупности институтов, обслуживающих рынок и опосредующих движение товаров, услуг);
  - 3) Обеспечение взаимодействия с органами местной государственной власти по вопросам контроля в рамках компетенций Управления;
  - 4) Реализация мер, направленных на формирование потребительского рынка с учетом спроса местного населения на товары и услуги;
  - 5) Анализ и прогнозирование развития потребительского рынка с учетом региональных особенностей, оценка качества услуг;
  - 6) Участие в разработке региональных целевых программ развития потребительского рынка и услуг;
  - 7) Информационное обеспечение деятельности в сфере торговли и оказания услуг;
  - 8) Организация и проведение конференций, выставок для содействия развитию торговли, общественного питания и бытовых услуг в Сочи;
  - 9) Внесение главе Администрации предложений по созданию, реорганизации, ликвидации муниципальных унитарных предприятий, подведомственных Управлению (МУП «Адлерский рынок», МУП «Книги», МУП «Астра», МУП «Дирекция по эксплуатации Торговой Галереи»);
  - 10) Поддержка развития отечественных производителей товаров и услуг.
- Таким образом деятельность Управления охватывает сегменты потребительского рынка, изображенные на рисунке 3.



Рис.3 – Структура потребительского рынка города Сочи

На местном уровне Управление потребительского рынка и услуг принимает непосредственное участие в формировании и ведении Торгового реестра – официального перечня хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность. Сведения в торговый реестр вносятся на основе полученных от хозяйствующих субъектов форм, в которых указаны следующие сведения: наименование юридического лица и торгового объекта, фактический адрес, контактный телефон, основной вид деятельности, тип торгового объекта (стационарный или нестационарный), вид торгового объекта (универсальный магазин, гастроном, универсам, специализированный продовольственный магазин и т.д.), основные показатели (общая площадь, право на объект: собственность, аренда; средняя численность работников).

Ведение торгового реестра направлено на обеспечение гармоничного развития потребительского рынка и ограничение несанкционированной, незаконной торговли, что защищает права как потребителей, так и предпринимателей, ведущих свою деятельность на законных основаниях.

Также на специалистов Управления возложено исполнение нескольких видов государственных услуг, оказываемых на безвозмездной основе: рассмотрение обращений юридических и физических лиц и консультации по различным вопросам в сфере потребительского рынка, регистрация «Книги отзывов и предложений» для хозяйствующих субъектов с последующим внесением отметки в Торговый реестр.

В своей деятельности Управление руководствуется несколькими локальными нормативно-правовыми актами:

1) Постановление администрации города Сочи от 08.11.2017 №1913 «Об утверждении административного регламента исполнения управлением потребительского рынка и услуг администрации города Сочи муниципальной функции по осуществлению муниципального контроля в области торговой деятельности на территории муниципального образования город-курорт Сочи»; [1]

2) Постановление администрации города Сочи от 30.12.2013 №2967 (ред. от 18.03.2016) «О размещении нестационарных торговых объектов, расположенных на территории муниципального образования город Сочи, на земельных участках, в зданиях, строениях, сооружениях, находящихся в государственной или муниципальной собственности»; [2]

3) Постановление администрации города Сочи от 27.12.2013 №53-ок (ред. от 04.12.2014) «Об утверждении Положения об управлении потребительского рынка и услуг администрации города Сочи» и ряд других нормативно-правовых документов в сфере регулирования рынка потребительских товаров и услуг. [3]

К общественным организациям, оказывающим прямое влияние на развитие рынка потребительских товаров и услуг города-курорта Сочи, относятся:

1) «Опора России» – Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства, занимающаяся решением вопросов правовой защиты предпринимателей, формированием благоприятной бизнес-среды, экспертизой и аналитикой проблем предпринимательства;

2) Уполномоченный при Президенте по защите прав предпринимателей в Краснодарском крае по городу Сочи, принимающий жалобы предпринимателей, столкнувшихся с фактами вымогания взятки, попытками рейдерского захвата бизнеса, административного давления, простоя бизнеса из-за бюрократической волокиты;

3) Клуб «Ротари Интернешнл Сочи» – это некоммерческая международная организация, реализующая идею делового общения, в рамках которого поддерживается и развивается идеал служения обществу как основы истинного предпринимательства. На собраниях клуба устанавливаются контакты, необходимые для развития бизнеса, а также пропагандируются этические принципы ведения предпринимательской деятельности. Существует клуб за счет средств, получаемых в качестве членских взносов;

4) Ассоциация молодых предпринимателей России – это общероссийская общественная организация, созданная для консолидации молодежного бизнес-сообщества;

5) Союз «Торгово-промышленная палата города Сочи» – создан для содействия развитию экономики города за счет охвата всех сфер предпринимательства: промышленности, торговли, сельского хозяйства, финансовой системы, услуг.

Таким образом в муниципальном образовании город-курорт Сочи созданы все административные и общественные институты, содействующие устойчивому развитию предпринимательской деятельности в секторе рынка потребительских товаров и услуг и гарантирующие соблюдение прав потребителей в лице местных жителей и гостей курорта. Дальнейшее взаимодействие институтов должно решать задачу повышения качества условий, в которых происходят товарообменные операции.

#### **Библиографический список:**

1. Постановление администрации города Сочи от 08.11.2017 №1913 «Об утверждении административного регламента исполнения управлением потребительского рынка и услуг администрации города Сочи муниципальной функции по осуществлению муниципального контроля в области торговой деятельности на территории муниципального образования город-курорт Сочи»

2. Постановление администрации города Сочи от 30.12.2013 №2967 (ред. от 18.03.2016) «О размещении нестационарных торговых объектов, расположенных на территории муниципального образования город Сочи, на земельных участках, в зданиях, строениях, сооружениях, находящихся в государственной или муниципальной собственности»
3. Постановление администрации города Сочи от 27.12.2013 №53-ок (ред. от 04.12.2014) «Об утверждении Положения об управлении потребительского рынка и услуг администрации города Сочи»
4. Анурин В. Маркетинговые исследования потребительского рынка / В. Анурин, Е. Евтушенко, И. Муромкина. - М.: СПб: Питер, 2016. - 272 с.
5. Березин И. Крупнейшие потребительские рынки России. Объем, динамика, перспективы. Доклад российскому бизнесу / Игорь Березин. - М.: Беловодье, 2016. - 272 с.
6. Борбодоев М.М., Бабаева А.Д. Потребительский рынок территории: новый путь развития // Молодой ученый. — 2016. — №9. — С. 496-499
7. Каплина Ю.Е. Институциональная экономика: учебно-методическое пособие / Ю.Е. Каплина; под ред. Шапиро Н.А. Санкт-Петербург: НИУ ИТМО, 2014. — 43 с.
8. Лебедева Н.Н. Институциональная экономика / Лебедева Н.Н., Николаева И.П. М.: Дашков и К, 2017. – 208 с.

*Оригинальность 99%*