



РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ И ПОТРЕБЛЕНИЕ

Р. П. ВАЛЕВИЧ, С. О. БЕЛОВА

РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ (Часть 2. Начало в № 6 2019 г.)

В статье обосновывается необходимость и способы определения методов, критериев и показателей оценки эффективности принимаемых управленческих решений по регулированию потребительского рынка с учетом региональных особенностей.

Ключевые слова: региональный рынок; потребительский рынок; критерии оценки эффективности; управленческие решения; регулирование потребительского рынка.

УДК 339.13 (476)

Проведенный анализ результативности развития потребительского рынка и влияющих на него факторов, свидетельствует о неравномерности, но равнонаправленности тенденций изменения, что требует четкого определения системы мер, обеспечивающих рост эффективности политики государственного регулирования.

Встает вопрос, каким образом обеспечить реализацию более сбалансированной региональной политики. Для решения этой задачи, по нашему мнению, прежде всего требуется разработка перспективной Программы обеспечения ее сбалансированности.

Цель политики — создание условий для комплексного развития регионов и сокращение межрегиональной дифференциации по уровню и качеству жизни населения на основе эффективного использования территориальных конкурентных преимуществ и накопленного опыта. Индикаторами достижения поставленной цели и задач политики становятся: ежегодное сокращение разрыва в уровне заработной платы в районах со сложным экономическим положением по сравнению со среднереспубликанским уровнем; недопущение снижения соотношения валового регионального продукта на душу населения

Роза Петровна ВАЛЕВИЧ (ketor@bseu.by), кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики торговли и услуг Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь);

Светлана Олеговна БЕЛОВА (belova_so@tut.by), кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики торговли и услуг Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).

по областям к валовому внутреннему продукту на душу населения по стране в целом; ежегодное освоение в центрах экономического роста не менее 65 % республиканского объема инвестиций в основной капитал; недопущение снижения численности занятых в экономике районов и др.

Пока такая программа отсутствует, но правительством Республики Беларусь определены ключевые показатели эффективности работы руководителей регионов (прототип эффективности принятых управленческих решений). Их разработка имеет положительное значение. Но это не программа, а лишь поиск показателей, благодаря которым можно оценить проведенную работу по управлению регионами и региональными потребительскими рынками. Правительство при разработке заданий для регионов, как правило, ориентируется на традиционные показатели, такие как: ВРП, %; производительность труда по ВРП, %; экспорт товаров, %; экспорт услуг, %; прямые иностранные инвестиции на чистой основе, млн дол. США; удельный вес внешней просроченной дебиторской задолженности в общей сумме внешней дебиторской задолженности, в % (на конец периода); количество трудоустроенных граждан на вновь созданные рабочие места (за счет создания новых предприятий), человек; снижение уровня затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг), %; запасы готовой продукции, в том числе по среднемесячному объему производства (на конец периода), которые могут применяться, но не отражают суть проблемы — эффективность управленческих решений. Но это, как правило, индикаторы и показатели, которые характеризуют качество регулирования региональной экономики. В целом это правильные параметры, но они не отражают специфики потребительского рынка.

Имеется настоятельная потребность изменения (уточнения) системы управления развитием локальных рынков — целеполагания, инструментов регулирования и стимулирования, а также выработки критериев оценки эффективности проводимой политики.

Стратегическая цель регулирования государством потребительского рынка определяется созданием необходимых условий, при которых можно своевременно контролировать насыщение этого рынка и его стратегическую безопасность. Соответственно, государственное регулирование потребительского рынка создает оптимальную среду взаимодействия всех сфер экономики, от результатов работы которых, в определенной степени, зависит состояние потребительского рынка.

Формирование системы мер и программы развития потребительского рынка обеспечивает возможность региональным органам управления реализовать политику по реорганизации инфраструктуры рынка, системный подход к формированию и развитию каждого элемента регионального потребительского рынка, эффективное взаимодействие и согласование экономических интересов участников рыночного процесса и регионального развития.

Регулирование потребительского рынка базируется на формах, методах, инструментах регулирования, где первостепенной целью является учет интересов всех участников рынка, а конкурентоспособность и эффективность деятельности частного бизнеса определяется в виде инструмента достижения цели.

Проведенное авторами исследование позволяет выделить более адекватную сути потребительского рынка систему оценочных показателей эффективности управления рынком:

- показатели рыночной ситуации, характеризующие структуру рынка (объем продаж, число и размер сделок, число и структура продавцов и покупателей и т. д.);
- показатели цен (уровень цен, структура цен, изменение цен и т. д.);
- показатели достаточности и движения товарной массы (товарооборот, выручка от реализации товаров (услуг) хозяйствующих субъектов потреби-

тельского рынка; импорт/отечеств.; уровень обеспеченности товарными запасами; товарооборачиваемость и т. д.);

- показатели рыночной инфраструктуры и ее достаточности (структура: организаций, торговой площади, основных средств; обеспеченность: оборудованием, транспортными средствами, трудовыми ресурсами, средствами связи и т. д.; количество организаций потребительского рынка на 10 тыс. жителей, соответствие существующих торговых площадей установленным нормативам (при наличии таковых); количество посадочных мест на 10 тыс. жителей, объем инвестиций в организации потребительского рынка и др.);

- показатели социально-экономического эффекта и эффективности рыночной деятельности (прибыль, рентабельность, уровень удовлетворения спроса, качество обслуживания населения и т. д., заработная плата работников организаций потребительского рынка; налоговые поступления в бюджет, покупательная способность доходов и денег);

- культура обслуживания;

- степень вовлечения в товарооборот покупательных фондов населения (ДД).

Мы согласны с российскими авторами, специалистами в области исследования проблем развития потребительского рынка, что достижению целей его развития будут содействовать следующие критерии эффективности принимаемых решений:

результативность — насколько достигнуты цели и выполнены задачи, какие основные факторы влияют на достижение или недостижение цели;

оптимальность — насколько оптимально были использованы ресурсы для достижения результатов, достигнуты ли результаты своевременно;

влияние — оцениваются положительные и отрицательные изменения (анализируются результаты реализации мер, возможные причины, повлиявшие на такие результаты);

устойчивость — продолжительность положительного эффекта после окончания реализации или прекращения финансирования, основные факторы, влияющие на устойчивость меры;

затратность — соотношение отдачи к расходам [4—6].

Анализ эффективности мер государственного регулирования потребительского рынка целесообразно осуществлять, опираясь на систему индикаторов, показателей и инструментов реализации к основным его задачам (табл. 7—10).

Таблица 7. Достижение баланса интересов органов власти и субъектов хозяйствования

Показатель	Индикатор	Инструмент реализации поставленных задач
Увеличение массы ВРП	Достижение средней заработной платы в 1 000 р.	Заключение контрактов с руководителями субъектов хозяйствования
Рост рентабельности и массы чистой прибыли субъектов хозяйствования	Рост рентабельности и чистой прибыли	Увеличение прав предпринимателей
Соотнесение заработной платы в регионе со средней по Республике Беларусь	Рост занятости	Увеличение ответственности руководителя организации и социальной ответственности бизнеса
Размер поступлений в бюджет всех уровней	Снижение затрат государства	Утверждение и контроль за ходом исполнения бизнес-планов, инвестиционных планов и проектов
Степень выполнения налоговых обязательств, %	Рост налоговых поступлений	Оптимизация налоговой нагрузки для субъектов рынка
Объем инвестиций в развитие региона	Рост инвестиций в развитие региона	

Таблица 8. Достижение баланса интересов между хозяйствующими субъектами (ХС), а также ХС и поставщиками товаров

Показатель	Индикатор	Инструмент реализации поставленных задач
Коэффициенты, характеризующие уровень рыночной концентрации Показатели, характеризующие финансовую устойчивость и эффективность функционирования субъектов хозяйствования	Определение типа концентрации рынка Рост числа субъектов хозяйствования Снижение числа убыточных субъектов хозяйствования Снижение транзакционных издержек	Оценка и контроль за состоянием конкурентной среды Совершенствование антимонопольного законодательства Реализация мероприятий, содействующих развитию потребительского рынка и отдельных его секторов Совершенствование антимонопольного регулирования, регламентирующего взаимодействие ХС и поставщиков сырья и товаров

Таблица 9. Достижение баланса интересов между ХС и иными контрагентами рынка (консалтинговые, транспортные, страховые, лизинговые организации, кредитные учреждения и пр.)

Показатель	Индикатор	Инструмент реализации поставленных задач
Показатели, характеризующие финансовую устойчивость и эффективность функционирования ХС	Доступность кредитных ресурсов Развитие инфраструктуры Рост заключенных договоров на оказание услуг	Поддержка развития инфраструктуры потребительского рынка Развитие страхования Развитие лизинговой деятельности

Таблица 10. Достижение баланса интересов между ХС и потребителями

Показатель	Индикатор	Инструмент реализации поставленных задач
Изменение рыночных цен Индекс удовлетворенности потребителей ценами Индекс удовлетворенности потребителей качеством продукции и услуг Индекс удовлетворенности потребителей ассортиментом продукции и услуг Индекс потребительского оптимизма Индекс потребительского ожидания Расчет показателей движения товарной массы (выручка от реализации, товарооборот, уровень обеспеченности товарными запасами, степень оседания товаров в запасах, товарооборачиваемость и т. д.)	Рост индексов степени удовлетворенности потребителей Рост выручки от реализации (в действующих и сопоставимых ценах) Рост качества и уровня жизни Рост индекса развития человеческого потенциала (индекса человеческого развития) Рост индекса счастья Рост индекса устойчивого экономического благосостояния	Контроль за порядком ценообразования и уровнем цен на потребительском рынке Защита прав потребителей; Изучение спроса потребителей Мониторинг и измерение удовлетворенности потребителя Обеспечение и контроль за насыщением потребительского рынка качественными товарами отечественного и импортного производства; Сбалансирование спроса и предложения

И, наконец, обеспечение баланса интересов стран, входящих в ЕАЭС (разработка условий достижения добросовестной конкуренции, балансов спроса и предложения, гармонизация ТНПА, создание «дорожной карты» по разрешению возникающих проблем; разработка и реализация проектов сосредоточения производства товаров в регионах, где имеются возможности и конкурентные преимущества, и заключение соответствующих договоров).

Завершающим этапом подобного анализа является построение информационных потоков, расчет показателей эффективности, проверка на соответствие индикатору, оценка и корректировка задач, подбор инструментов реализации поставленных задач.

Заключение. В рамках проведенного исследования можно сделать следующие выводы, обобщения и рекомендации.

1. Первичным в обеспечении устойчивого развития национальной экономики является развитие регионов. Данный вывод подтверждается опытом экономически развитых стран и теоретическими исследованиями ведущих регионоведов.

2. Система ключевых показателей развития регионов, доводимая правительством, слабо увязана с истинной результативностью национальной и региональной экономик — развитием потребительского рынка. Более того, анализ системы балансовых и ключевых показателей работы эффективности правительства, председателей облисполкомов и Мингорисполкома свидетельствует об отсутствии практики оценки эффективности принятых управленческих решений от системы планов до их исполнения. В условиях рыночной экономики жесткое подчинение регионов центру без учета их возможностей и особенностей функционирования не совсем правомерно. Регионам необходимо предоставить возможность проявления конкурентных преимуществ, которые им характерны, но, в любом случае, и показатели, и результативность госрегулирования, и конкурентные преимущества должны быть увязаны с уровнем развития потребительского рынка, так как ключевой задачей государства является обеспечение качества жизни людей, социальное спокойствие, что отражено в состоянии потребительского рынка.

3. Созданию условий повышения социальной ответственности перед самими регионами и государством будут содействовать: введение в практику разработки Программы развития регионов, важнейшим разделом которой является потребительский рынок, организация работы Межотраслевых экспертных советов по развитию потребительского рынка.

4. Идее повышения значимости регионов для развития национальной экономики будет соответствовать иная, по сравнению с традиционной (по экономической эффективности), система индикаторов, критериев (результативность, оптимальность, влияние, устойчивость, затратность) и показателей (рыночная ситуация, уровень цен, достаточность рыночной инфраструктуры и товарной массы и др.) развития потребительского рынка регионов и оценки эффективности принятых управленческих решений (по соблюдению балансов интересов всех участников рынка).

5. Развитию трансграничной торговли способствует открытость рынка стран, входящих в ЕАЭС и иные интеграционные объединения, изменение поведения потребителей (потребитель имеет право и возможности оптимизировать свой выбор за счет приобретения товаров в других регионах). Для обеспечения цивилизованной конкуренции между странами и снятия взаимных претензий, считаем необходимым включить в переговорные процессы до начала следующего года вопросы о специализации регионов с учетом их конкурентных преимуществ и выдать им программу, задание с определенным финансированием для реализации проектов по производству и продвижению определенных товаров и услуг, что не приведет к нарушению раздела «Конкуренция» Договора о Евразийском экономическом союзе.

Литература и электронные публикации в Интернете

1. *Борбудоев, М. Н.* Проблемы развития потребительского рынка региона / М. Н. Борбудоев, А. Д. Бабаева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2016. — № 5-2. — С. 33–37.

Borbudoev, M. N. Problemy razvitiya potrebitel'skogo rynka regiona [Problems of development of the consumer market in the region] / M. N. Borbudoev, A. D. Babaeva // Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk. — 2016. — N 5-2. — P. 33–37.

2. *Бухтиярова, Т. И.* Разработка стратегии развития потребительского рынка региона [Электронный ресурс] / Т. И. Бухтиярова, Е. Л. Павленко // Современные проблемы науки и образования. — 2012. — № 2. — Режим доступа: <http://www.science-education.ru/zu/aeticu/vuw/cd=5989>. — Дата доступа: 16.11.2018.

Bukhtiyarova, T. I. Razrabotka strategii razvitiya potrebitel'skogo rynka regiona [Development strategy for the development of the consumer market in the region] [Elektronnyy resurs] / T. I. Bukhtiyarova, E. L. Pavlenko // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. — 2012. — N 2. — Rezhim dostupa: <http://www.science-education.ru/zu/aeticu/vuw/cd=5989>. — Data dostupa: 16.11.2018.

3. *Петрович, М. В.* Система государственных регуляторов потребительского рынка [Электронный ресурс] / М. В. Петрович. — Режим доступа: <http://www.bseu.by/russian/scientific/herald/2003/1/03.01.02/pdf>. — Дата доступа: 16.11.2018.

Petrovich, M. V. Sistema gosudarstvennykh regulyatorov potrebitel'skogo rynka [The system of state regulators of the consumer market] [Elektronnyy resurs] / M. V. Petrovich. — Rezhim dostupa: <http://www.bseu.by/russian/scientific/herald/2003/1/03.01.02/pdf>. — Data dostupa: 16.11.2018.

4. *Терещенко, Н. Н.* Методические подходы к экономической диагностике развития потребительского рынка / Н. Н. Терещенко // Проблемы современной экономики. — 2008. — № 3. — С. 608–611.

Tereshchenko, N. N. Metodicheskie podkhody k ekonomicheskoy diagnostike razvitiya potrebitel'skogo rynka [Methodical approaches to the economic diagnostics of the development of the consumer market] / N. N. Tereshchenko // Problemy sovremennoy ekonomiki. — 2008. — N 3. — P. 608–611.

5. *Терещенко, Н. Н.* Экономическая диагностика состояния и развития потребительского рынка : моногр. / Н. Н. Терещенко. — М. : Креатив. экономика, 2008. — 484 с.

Tereshchenko, N. N. Ekonomicheskaya diagnostika sostoyaniya i razvitiya potrebitel'skogo rynka [Economic diagnostics of the state and development of the consumer market] : monogr. / N. N. Tereshchenko. — M. : Kreativ. ekonomika, 2008. — 484 p.

6. *Валевич, Р. П.* Воздействие потребительских предпочтений на развитие ресторанного бизнеса / Р. П. Валевич, С. О. Белова // Науч. тр. Белорус. гос. экон. ун-та. — Минск : БГЭУ, 2016. — Вып. 9. — С. 61–66.

Valevich, R. P. Vozdeystvie potrebitel'skikh predpochteniy na razvitie restorannogo biznesa [The impact of consumer preferences on the development of the restaurant business] / R. P. Valevich, S. O. Belova // Nauch. tr. Belarus. gos. ekon. un-ta. — Minsk : BGEU, 2016. — Vyp. 9. — P. 61–66.

7. О методологии оценки эффективности мер государственного регулирования агропродовольственного рынка и поддержки агропромышленного комплекса [Электронный ресурс] : Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии, 24 апр. 2017 г., № 11. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&pr0=F01700085>. — Дата доступа: 20.02.2019.

8. Статистический ежегодник Республики Беларусь / Национальный стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2018. — 490 с.

9. Регионы Республики Беларусь. Социально-экономические показатели : в 2 т. / Национальный стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2018. — Т. 1. — 803 с.

**ROZA VALEVICH,
SVIATLANA BIALOVA**

**DEVELOPMENT OF METHODS FOR
ASSESSING EFFECTIVENESS OF REGIONAL
CONSUMER MARKETS REGULATION
(Part 2. Part 1 in No 6, 2019)**

Authors affiliation. *Roza VALEVICH* (ketor@bseu.by), *Belarus State Economic University (Minsk, Belarus)*; *Sviatlana BIALOVA* (belova_so@tut.by), *Belarus State Economic University (Minsk, Belarus)*.

Abstract. The article substantiates the need to define methods, criteria and indicators used for assessing the effectiveness of management decisions made to regulate the consumer market taking into account regional peculiarities.

Keywords: regional market; consumer market; criteria of effectiveness assessment; management decisions efficiency; regulation of consumer market.

UDC 339.13 (476)

*Статья поступила
в редакцию 14.06. 2019 г.*

Е. В. ИСАЕНКО

**ЛОЯЛЬНОСТЬ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ
КЛИЕНТОВ ГОСТИНИЦ В УСЛОВИЯХ
КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ**

В статье определяется понятие «лояльность клиентов в гостиничной индустрии». Отображена современная схема диверсифицированного гостиничного продукта. Именно благодаря диверсификации гостиничных услуг, гостиничные предприятия имеют инструменты по управлению лояльностью и повышению конкурентоспособности. Выделены факторы, влияющие на лояльность клиентов. Особое внимание уделено факторам репутации и цены. Даны рекомендации по повышению лояльности клиентов в Республике Беларусь с учетом фактора репутации и цены.

Ключевые слова: лояльность клиентов; конкурентоспособность гостиничных услуг; гостиничная индустрия; диверсификация услуг; факторы репутации.

УДК 338.48+339.94

Евгений Владимирович ИСАЕНКО (rzhenia@bk.ru), аспирант кафедры экономики торговли и услуг Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).