

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Статья посвящена изучению теоретических и методических подходов к изучению социально-экономических особенностей управления развитием регионального потребительского рынка. Представлено авторское уточнение понятия «региональный потребительский рынок». Предложена методика и имитационная модель для оценки социально-экономических особенностей развития регионального потребительского рынка. Описан механизм совершенствования организационно-экономических отношений при управлении развитием регионального потребительского рынка.

Ключевые слова: регион, потребительский рынок, механизм, имитационная модель, методика, социально-экономические особенности.

Понятие «потребительский рынок» многогранно. Оно включает в себя не только сферу торговли, выполнения работ, оказания услуг и сферу производства товаров, но и сферу потребления товаров и услуг [2]. Можно классифицировать различные определения потребительского рынка и выделить социально-экономические особенности трактовки, такие как: отношения по поводу реализации продавцом собственных целей и задач, отношения по поводу удовлетворения нужд потребителей, территориальные характеристики социально-экономического развития потребительского рынка, взаимосвязь рыночных и социально-экономических целей в развитии потребительского рынка, место потребительского рынка в экономике региона [1, 3, 7, 11, 12].

Потребительский рынок, с одной стороны, является одной из основных составляющих структуры современной рыночной экономики, взаимодействующей с другими элементами по правилам, установленным государством, с другой – автономной системой, в которой отношения между участниками взаимосвязаны и регулируются, прежде всего, государственными правовыми актами. Потребительский рынок как система, имеющая исключительно важное значение для обеспечения жизнедеятельности населения, не может функционировать и развиваться только на основе саморегулирования [4].

Нами предложена пирамида социально-экономических гарантий развития регионального потребительского рынка [6], включающая: гарантии населению региона, гарантии предприятиям потребительского рынка, гарантии региональной экономической системе. Под социально-экономическими гарантиями мы пони-

маем условия, обеспечивающие минимально допустимый уровень жизни, занятость и удовлетворение потребностей в товарах и услугах. Предложенное понимание содержания каждого типа гарантии дает возможность говорить об определенной их соподчиненности и взаимозависимости, наивысший приоритет имеют гарантии населению региона, на более низком уровне находятся гарантии предприятиям потребительского рынка, и все это базируется на реализации гарантий экономического развития региона. «Пирамидальное» представление означает, что каждый последующий уровень опирается на усилия и достижения предыдущего.

Также следует отметить, что потребительский рынок не только обеспечивает население необходимыми товарами и услугами, но и создает условия для занятости и самозанятости населения, проявления инициативы и творчества [8, 9].

Поэтому, проанализировав совокупность интерпретаций понятия «потребительский рынок», а также особенности управления его развитием и взаимодействия с региональным рынком труда, было предложено уточненное понятие «**региональный потребительский рынок**», под которым предлагается понимать **совокупность отношений, посредством которых происходит управление социально-экономическим развитием региона через удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах, а также обеспечение трудоспособных граждан рабочими местами и их участие в хозяйственной жизни.**

Основными целями управления потребительским рынком с учетом социально-экономических особенностей являются:

– управление удовлетворением потребностей населения в товарах и услугах;

– управление обеспечением трудоспособных граждан рабочими местами и достойными заработками, их участием в хозяйственной жизни региона.

Исследование тенденций и условий развития регионального потребительского рынка, в том числе и социально-экономических особенностей данного процесса, должно быть основано на комплексном анализе.

Важной методической чертой такого анализа является то, что он способен не только устанавливать причинно-следственные связи, но и давать им количественную характеристику, то есть обеспечивать измерение влияния факторов на различные стороны социально-экономического развития, а также оценивать взаимосвязь уровня и степени развития потребительского рынка. Нами была разработана методика комплексной оценки потребительского рынка региона представленная на рисунке 1.

Реализация разработанной методики позволила решить ряд задач:

– выявить перспективные направления развития потребительского рынка на основе анализа социально-экономической ситуации в регионе;

– определить приоритетные направления территориального развития потребительского рынка;

– методически обосновать пространственные приоритеты развития инфраструктуры потребительского рынка и др.

В настоящее время потребительский рынок Оренбургской области все больше отвечает стандартам высокоорганизованной торговли: продолжается процесс укрупнения предприятий и совершенствование на этой основе форм обслуживания; покупательский поток все более смещается в сторону стационарной розничной сети. Развитие потребительского рынка области сопровождается повышением качества предоставляемых услуг, внедряются современные формы и методы обслуживания; предлагаются новые и дополнительные виды услуг.

Развитие различных сфер потребительского рынка по субъектам, входящим в Приволжский федеральный округ (в том числе и Оренбургской области), характеризуется наличием адек-

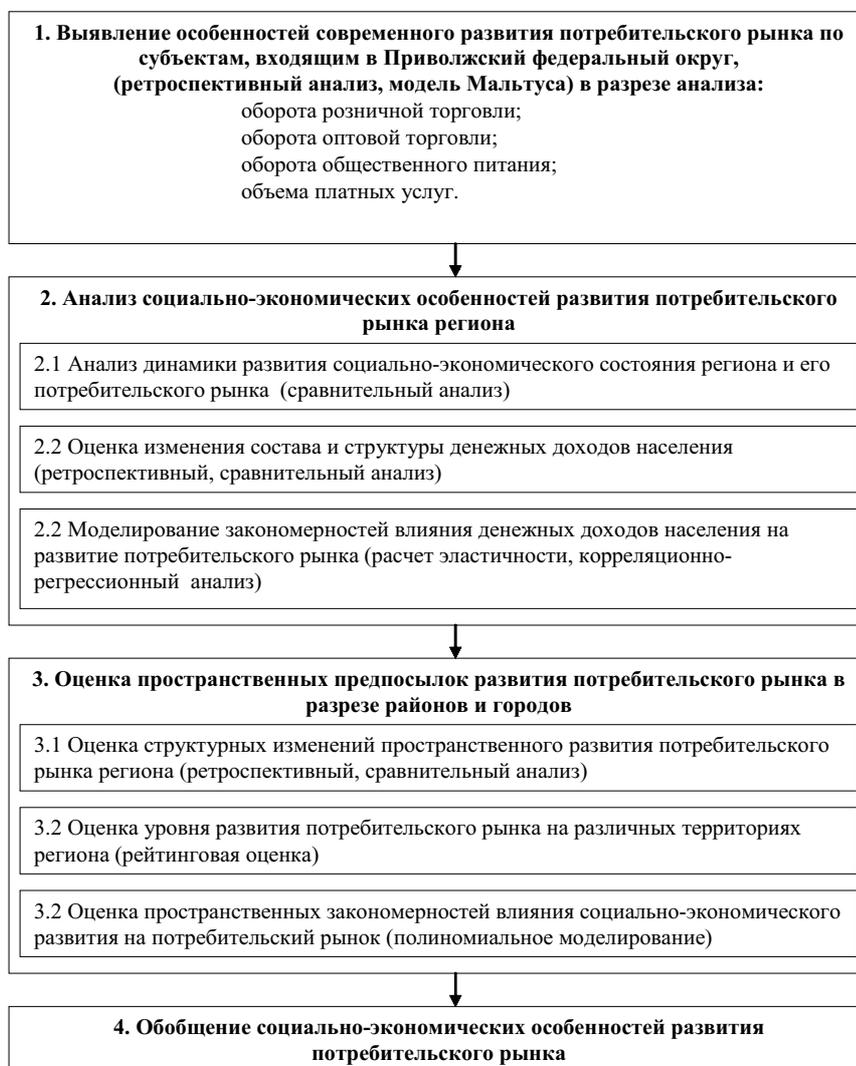


Рисунок 1. Элементы методики комплексной оценки потребительского рынка региона

ватных эволюционных тенденций, которые можно описать моделью Мальгуса (таблица 1), посредством которой, в результате ретроспективного анализа развития рынка, изучаются равновесные состояния (определяемые числовыми характеристиками), в которых влияние факторов уже учитывается и уравновешено самим рынком. Модель Мальгуса эволюционного развития потребительского рынка будет иметь формальный вид [10]:

$$y=f(x, t), \quad (1)$$

где y – состояние экономической системы на n -фазе развития;

x – состояние экономической системы на предыдущей фазе развития.

Проверка полученных эволюционных моделей на устойчивость (в соответствии с критерием Ляпунова) показала, что ε и δ изменяются в пределах 10-15 %, соответственно полученные эволюционные модели устойчивы и их можно использовать для перспективного прогнозирования развития рынка.

В последние годы темпы роста реальных денежных доходов и заработной платы в регионе превышают темпы роста производства промышленной и сельскохозяйственной продукции. Одновременно темпы роста оборота потребительского рынка превышают темпы роста реальных денежных доходов и заработной платы в регионе. В товарной структуре оборота розничной торговли доля продовольственных товаров уменьшается, а доля непродовольственных товаров увеличивается.

Рассчитанная эластичность продовольственных товаров по доходу населения в Оренбургской области в 2002-2008 гг. позволила выявить товары, спрос на которые не зависит от уровня доходов населения: хлеб и хлебобулочные изделия, мясо и птица, мука, картофель,

алкогольные напитки и ряд других. К неэластичным непродовольственным товарам относятся: швейные изделия, трикотаж, обувь.

Корреляционно-регрессионное моделирование показало существование адекватных зависимостей положительного влияния денежных доходов населения на объемы потребления населения, а также на развитие регионального потребительского рынка [5].

На основе рейтинговой оценки выявлена существенная дифференциация в уровне развития потребительского рынка, как между городами и районами, так и внутри городов и районов (таблица 2).

Самый высокий уровень развития потребительского рынка имеет г. Оренбург практически по всем параметрам, кроме объема платных услуг на рубль фонда оплаты труда, по которому наибольшее значение принадлежит г. Кувандыку. Кроме г. Оренбурга городами с высоким уровнем развития потребительского рынка являются: Орск, Новотроицк, Сорочинск. По таким параметрам развития потребительского рынка, как оборот розничной торговли на душу населения и оборот общественного питания на душу населения, города Медногорск, Сорочинск, Ясный сильно отстают от областного центра.

Социально-экономические параметры развития территорий определяют уровень развития инфраструктуры потребительского рынка, который был рассчитан на основе предложенного метода рейтинговых оценок. Самый высокий уровень развития по большинству параметров имеет г. Оренбург.

По обороту розничной торговли на 1 предприятие и обороту общественного питания на 1 предприятие самый высокий уровень развития имеют в регионе Оренбургский и Абдулинский

Таблица 1. Моделирование зависимостей эволюционного развития оборота розничной торговли по субъектам, входящим в Приволжский федеральный округ (фрагмент)

№ п/п	Наименование субъекта ПрФО	Уравнение модели	Проверка адекватности модели			
			R ²	Критерий Фишера	Средняя ошибка, %	Критерий Дарбина-Уотсона
1	Приволжский ФО	$y=53,5+0,14x$	0,99	F(1,9)=742,5	23,8	2,11
2	Самарская область	$y=-8799,1+1,24x$	0,99	F(1,9)=1432,5	11,6	2,16
3	Республика Башкортостан	$y=-20427+1,47x$	0,99	F(1,9)=1432,5	4,4	2,05
4	Республика Татарстан	$y=-5575,8+1,34x$	0,99	F(1,9)=391,8	7,1	2,06
5	Нижегородская область	$y=-18823+1,42x$	0,99	F(1,9)=237,2	6,6	1,97
6	Оренбургская область	$y=-2413+1,35x$	0,99	F(1,9)=1075,7	17,7	2,09

районы. Данный факт доказывает, что при отлаженности механизма управления можно и в сельскохозяйственных районах добиться такого же уровня развития инфраструктуры потребительского рынка, как и в областном центре.

Самый низкий уровень развития инфраструктуры наблюдается в Кувандыкском, Бузулукском, Сорочинском, Ясненском районах и в городах: Ясный, Медногорск.

Однако, следует отметить, что кроме функции надлежащего обеспечения населения товарами и услугами, предприятия и организации потребительского рынка являются одним из элементов единой региональной системы обеспечения занятости населения и как следствие инструментом для проведения региональной социальной политики.

В структуре занятости Оренбургской области в 2008 г. 15 % было занято в оптовой и розничной торговле, и эта доля увеличивается. Подавляющая часть занятых трудится на предприятиях частной формы собственности.

Нам удалось выявить эволюционный характер развития тенденций изменения среднесписочной численности работников в городах и районах Оренбургской области, который можно описать уравнениями регрессии согласно модели Мальгуса. Произведенное корреляционно-регрессионное моделирование позволило выявить положительные закономерности влияния уровня развития потребительского рынка на среднесписочную численность работников Оренбургской области. Все полученные модели адекватные, автокорреляция в остатках отсутствует.

В ходе проведенного исследования в городах и районах Оренбургской области была выявлена положительная зависимость между уровнем занятости работников и среднемесячной начисленной заработной платой. Закономерностей влияния развития потребительского рынка на среднемесячную начисленную заработную плату работников не выявлено как в целом в регионе, так и в городах области, однако в районах данные закономерности присутствуют.

Разработанная нами имитационная модель позволяет изучить влияние развития потребительского рынка на среднесписочную численность работников в городах и районах, что можно использовать при решении вопросов управления социально-экономическим развитием региона:

Целевая функция:

$$F_{SCR} = F_{SCR_в\ районах} + F_{SCR_в\ городах} = \\ = (39317,3 + 0,78 * x_{в\ районах}) + \\ + (80109,8 + 0,77 * x_{в\ городах}), \quad (2)$$

Система ограничений:

$$x_{в\ районах} = F_{ОРТ_в\ районах}, \quad (3)$$

$$x_{в\ районах} = F_{ООП_в\ районах}, \quad (4)$$

$$x_{в\ районах} = F_{ОПУ_в\ районах}, \quad (5)$$

$$x_{в\ городах} = F_{ОРТ_в\ городах}, \quad (6)$$

$$x_{в\ городах} = F_{ООП_в\ городах}, \quad (7)$$

$$x_{в\ городах} = F_{ОПУ_в\ городах}, \quad (8)$$

Таблица 2. Уровень территориальной дифференциации развития потребительского рынка в районах и городах Оренбургской области (фрагмент), %

Наименование района / города региона	Оборот розничной торговли на душу населения	Оборот общественног о питания на душу населения	Объем платных услуг на душу населения	Объем платных услуг на рубль фонда оплаты труда	Оборот общественного питания на рубль фонда оплаты труда	Оборот розничной торговли на рубль фонда оплаты труда
Абдулинский	7,69	0,09	6,08	21,50	0,40	35,65
Бузулукский	5,62	2,97	17,42	36,70	8,24	15,50
Кувандыкский	4,12	1,49	7,11	24,62	6,72	18,72
Оренбургский	23,14	40,03	78,45	44,88	30,52	17,35
г. Кувандык	20,56	18,21	64,13	100,00	37,32	42,02
г. Медногорск	16,70	7,27	51,33	61,16	11,35	26,08
г. Новотроицк	22,98	53,32	73,19	52,59	50,14	21,64
г. Оренбург	100,00	100,00	100,00	76,30	100,00	100,00
г. Орск	32,92	24,53	72,22	78,25	34,90	46,75
г. Сорочинск	23,01	27,32	65,66	88,64	48,49	40,72
г. Ясный	16,29	28,30	66,93	64,85	35,91	20,68

$$X_{\text{в районах}} \leq X_{\text{занят в районах}} + X_{\text{безраб в районах}} \quad (9)$$

$$X_{\text{в городах}} \leq X_{\text{занят в городах}} + X_{\text{безраб в городах}} \quad (10)$$

Описание модели: (2) – целевая функция описывает эволюционные изменения среднесписочной численности работников в городах и районах региона; (3), (4) и (5) – описывают влияние оборота розничной торговли, оборота общественного питания и объема платных услуг на среднесписочную численность работников в районах области; (6), (7) и (8) – описывают влияние оборота розничной торговли, оборота общественного питания и объема платных услуг на среднесписочную численность работников в городах области; (9) и (10) – искомое значение среднесписочной численности работников не может быть больше численности экономически активного населения в районах и городах региона (в случае, если регион рассматривается как замкнутая система, при открытой системе данные ограничения не имеют смысла).

Данная имитационная модель позволит на различных уровнях детализации (на уровне района, города, области) определить приори-

теты влияния развития потребительского рынка на занятость населения на исследуемых территориях.

Произведенная оценка различных аспектов развития регионального потребительского рынка обусловила необходимость разработки механизма совершенствования организационно-экономических отношений при управлении развитием регионального потребительского рынка, который бы учитывал социально-экономический контекст проведенного исследования (рисунок 2).

По нашему мнению, система регионального управления и система управления потребительским рынком должны согласовывать собственные воздействия и на рынке осуществлять реализацию уже сбалансированных, выверенных и согласованных управленческих решений. Необходимо наладить постоянное и полное взаимодействие системы регионального управления и системы управления потребительским рынком. Проведенный SWOT-анализ социально-экономических особенностей развития потребительского рынка Оренбургской области (таблица 3) позволил определить

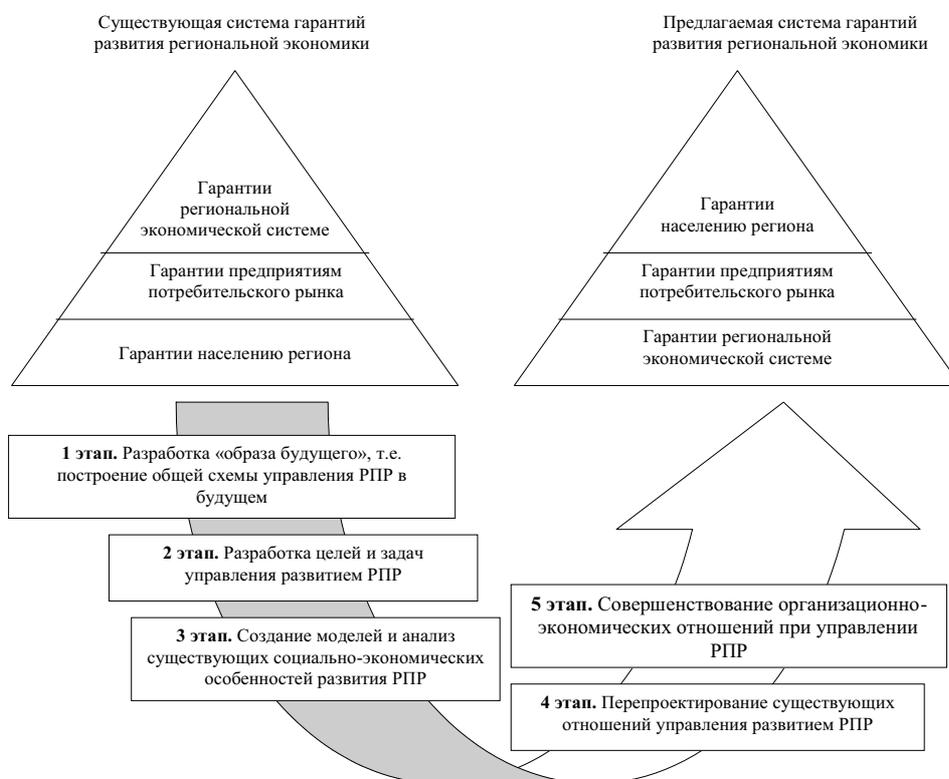


Рисунок 2. Механизм совершенствования организационно-экономических отношений при управлении развитием регионального потребительского рынка

Таблица 3. SWOT-анализ социально-экономических особенностей развития потребительского рынка Оренбургской области

I. Сильные стороны	II. Слабые стороны
1 наличие устойчивой положительной тенденции в развитии регионального потребительского рынка; 2 высокие темпы роста потребительского рынка: Оренбургская область находится в лидирующей группе (по всем сферам) среди субъектов Приволжского федерального округа; 3 высокий уровень влияния регионального потребительского рынка на обеспечение занятости населения в регионе; 4 активное развитие в регионе различных перспективных организационных форм торговли и обслуживания населения, таких как: супермаркеты, торговые центры и моллы; получают развитие гипермаркеты, кэш энд керри и т.п.	1 разбалансированность темпа роста оборота потребительского рынка и темпов роста регионального производства и доходов населения; 2 высокая дифференциация в уровне доходов населения как по видам деятельности, так и по территориям; 3 преобладание доли оплаты труда в структуре основных доходов населения; 4 высокая дифференциация в развитии потребительского рынка не только между городами и районами, но также и между областным центром и другими городами
III. Возможности	IV. Угрозы
1 существенные зависимости между пространственными закономерностями изменения численности населения, его доходов и развитием потребительского рынка; 2 значительное влияние регионального потребительского рынка на занятость и уровень доходов населения в регионе; 3 как в городах, так и в районах региона при возрастании численности населения и уровня занятых возрастает совокупный доход и совокупный спрос; 4 наличие в регионе импортзамещающих производств потребительской продукции, направленных на инновационное развитие региональной экономики	1 высокий удельный вес импорта в структуре потребительских товаров; 2 значительная доля реализуемых товаров не отвечает требованиям качества; 3 существование устойчивой тенденции в регионе на увеличение дифференциации в развитии потребительского рынка между городами и районами; 4 наличие устойчивой многолетней тенденции на увеличение разницы в доходах между населением городов и районов, а также по видам экономической деятельности; 5 присутствие высокой дифференциации в развитии инфраструктуры потребительского рынка между территориями региона; 6 снижение численности занятых в экономике региона, причем в городах более высокими темпами

приоритеты совершенствования системы управления региональным потребительским рынком.

Как система регионального управления, так и система управления потребительским рынком оказывают управленческие воздействия на население региона, причем они могут носить рассогласованный характер и могут противоречить друг другу (например, повышение цен на потребительские товары и проводимая региональными властями социально-экономическая политика по росту благосостояния граждан). Поэтому, по нашему мнению, данные

системы управления должны быть интегрированы между собой.

Главной целью регионального управления должно являться повышение степени удовлетворения социально-экономических потребностей всего населения, проживающего на территории конкретного региона, на основе комплексного развития. Тогда управление потребительским рынком становится одним из основных элементов регионального управления, в котором формируется новая, собственно региональная сфера интересов и ответственности – обеспечение гарантий населения региона.

21.06.2010

Список использованной литературы:

1. Анализ рынков в современной экономической социологии: пер. с англ. / Гос. ун-т – Высшая школа экономики; Отв. ред. В.В. Радаев, – М.: Изд. дом. ГУ ВШЭ, 2008 – 423 с.
2. Андреев, А.В. Основы региональной экономики: Учебное пособие / А.В. Андреев, Л.М. Борисова, Э.В. Плучевская. – М.: КНОРУС, 2007. – 336 с.
3. Астраханцева, А.С. Логистический подход к функционированию регионального потребительского рынка. Автореф. дисс... канд. экон. наук. – Иркутск, 2009. – С. 10.
4. Гранберг, А.Г. Основы региональной экономики: Учебник для вузов. А.Г. Гранберг. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 495 с.

5. Елисеєва, И.И. Общая теория статистики : Учебник. / И.И. Елисеєва, М.М. Юзбашев – М.: Финансы и статистика, 1996. – 368с.
6. Ермакова, Ж.А. Технологическая модернизация промышленности России: стратегия и организационно-экономические факторы (региональный аспект) / Ж.А. Ермакова. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2007. – 360 с.
7. Зейналов, Ф.Н. Проблемы контрольно-надзорной деятельности в сфере потребительского рынка. Автореф. дисс... канд. юрид. наук. – Орел, 2007. – С. 9.
8. Региональная экономика : Учебник / Под ред. В.И. Видяпина, М.В. Степанова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 686 с.
9. Региональная экономика : Учебник для вузов / Под ред. проф. Т.Г. Морозовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 472с.
10. Тарасевич, Ю.Ю. Математическое и компьютерное моделирование. Вводный курс : учебное пособие / Ю.Ю. Тарасевич. – Изд. 2-е, испр. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 144 с.
11. Таскаев, Н.Н. Организационно-правовые вопросы деятельности милиции общественной безопасности по борьбе с административными правонарушениями на потребительском рынке. Автореф. дисс... канд. юрид. наук. – СПб, 1999. – С. 10.
12. Царева, Г.Б. Административно-правовая деятельность милиции общественной безопасности по борьбе с правонарушениями в сфере потребительского рынка. Автореф. дисс... канд. юрид. наук. – М, 2003. – С. 18.

Сведения об авторах:

Корабейников Игорь Николаевич, доцент кафедры управления персоналом, сервиса и туризма
Оренбургского государственного университета, кандидат экономических наук, доцент
460000, г. Оренбург, пр. Победы, 13, тел. (3532) 372447, e-mail: kin_rambler@rambler.ru

Иневатова Ольга Александровна, преподаватель кафедры национальной экономики
Оренбургского государственного университета
460000, г. Оренбург, пр. Победы, 13, тел. (3532) 372447, e-mail: kin_rambler@rambler.ru

Korabeinikova I.N., Inevatova O.A.

Social-economic peculiarities of management of regional consumers' market development

This article is devoted to the studying of theoretical and methodological approaches to the studying of social-economic peculiarities of management of regional consumers' market development. The authors' specification of the concept "regional consumers' market" is given here. The authors suggest methodics and imitating model for appraisal of social-economic peculiarities of regional consumers' market development. Also they describe the mechanism of perfection of organization-economic relations at management of regional consumers' market development.

Key words: region, consumers' market, mechanism, imitating model, methodics, social-economic peculiarities.

Bibliography:

1. Analysis of markets in modern economic sociology: pers Eng. / Gos. Univ - Graduate School of Economics; Ans. Ed. VV Radaev - M.: house. HSE, 2008 - 423 pp.
2. Andreev, AV Basics of the regional economy: Manual / AV Andreev, LM Borisova, EV Pluchevskaya. - M.: scale enterprises, 2007. - 336 pp.
3. Astrakhantseva, AS Logistic approach to the functioning of the regional consumer market. Abstract. diss ... Cand. Economics. Science. - Irkutsk, 2009. - S. 10.
4. Granberg, AG Basics of the regional economy: A textbook for high schools. AG Granberg. - M.: Higher School of Economics, 2000. - 495 pp.
5. Eliseev, II General Theory of Statistics: A Textbook. / II Eliseev, MM Yuzbashev - Moscow: Finances and Statistics, 1996. - 368s.
6. Ermakova, JA Technological modernization of Russian industry: strategy, organizational and economic factors (regional aspect) / ZA Ermakova. - Ekaterinburg: Institute of Economics, UB RAS, 2007. - 360 pp.
7. Zeynalov, FN Problems of compliance and enforcement activities in the consumer market. Abstract. diss ... Cand. JUDr. Science. - Eagle, 2007. - S. 9.
8. Regional Economy: A Textbook, Ed. VI Vidyapin, MV Stepanova .. - M.: INFRA-M, 2008. - 686 pp.
9. Regional Economy: A Textbook for high schools, Ed. prof. TG Morozova. - 2 ed., Pererab. and added. - M.: Banks and stock exchanges, Unity, 1998. - 472s.
10. Tarasevich, YY Mathematical and computer modeling. Introductory course: textbook / YY Tarasevich. - Ed. 2-e, Ispra. - M.: Editorial URSS, 2002. - 144 pp.
11. Taskaev, NN Organizational and legal issues of public security police to combat administrative offenses in the consumer market. Abstract. diss ... Cand. JUDr. Science. - St. Petersburg, 1999. - C. 10.
12. Tsarev, GB Administrative and legal activities of public security police to combat crimes in the sphere of the consumer market. Abstract. Dissertation ... Cand. JUDr. Science. - M, 2003. - S. 18.