

На правах рукописи



КОНДРАТОВИЧ Дмитрий Леонидович

**РАЗВИТИЕ ЛОКАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКОВ
НА ОСНОВЕ ДИАГНОСТИКИ ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ**

*Специальность 08.00.05 - экономика и управление
народным хозяйством (региональная экономика)*

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

**Апатиты
2007**

Диссертационная работа выполнена в Институте экономических проблем
Кольского научного центра Российской академии наук

Научный руководитель:

кандидат экономических наук, доцент
Гущина Ирина Александровна

Официальные оппоненты:

доктор экономических наук, профессор
Семёнов Виктор Павлович

кандидат экономических наук, доцент
Шпак Алла Владимировна

Ведущая организация:

Институт экономики Карельского научного центра
Российской академии наук

Защита диссертации состоится "15" мая 2007 года в 10 часов
на заседании диссертационного совета К 002.185.01 в Институте
экономических проблем Кольского научного центра РАН по адресу:
184200, г. Апатиты Мурманской области, ул. Ферсмана, 24-а.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Института
экономических проблем КНЦ РАН.

Автореферат разослан "12" апреля 2007 года

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат экономических наук, доцент



И.А.Гущина

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Среди актуальных проблем российской экономики выделяются проблемы формирования локальных потребительских рынков, обеспечения населения доброкачественными потребительскими товарами отечественного производства, улучшения структуры и динамики потребления. Решение этих проблем требует учета особенностей потребительского рынка региона, обусловленных территориальной дифференциацией доходов и расходов населения, характером товарооборота и производства товаров, местными ресурсными возможностями. Выявление локальной специфики рынка потребительских товаров, особенностей и масштабов индивидуального потребления, анализ тенденций и закономерностей их развития как элементов системы рыночной организации национальной экономики имеют большое значение для разработки региональной политики государства.

Региональные и муниципальные органы управления, принимая те или иные решения, опираются преимущественно на данные официальной государственной статистики, что не всегда позволяет получить реальную картину о состоянии на потребительском рынке.

В этой связи, возникает необходимость создания такой информационно-аналитической системы, которая позволила бы принимать оперативные решения и адекватно реагировать на происходящие изменения на локальном потребительском рынке.

Одним из значимых источников оперативной информации могут быть данные опросов потребителей. Это позволяет получать важнейшую информацию об оценках и ожиданиях людей по различным демографическим или социально-экономическим подгруппам, по типу поселения или другим классификациям.

Кроме того, исследование потребительского рынка является одним из важнейших аспектов нашего понимания реального поведения потребителей и его прогнозирования. Естественно, анализ потребительского поведения немаловажен без изучения других, «чисто экономических», факторов — доходов, расходов, цен и т.д., — но нигилизм в отношении психологических факторов может обернуться смещениями в результатах и итоговых рассуждениях.

Принимая во внимание важность вопросов, касающихся программ социально-экономического развития, принятия оперативных управленческих решений, касающихся развития потребительского рынка, повышения уровня благосостояния населения, решение задачи о разработке методических подходов к адаптивному регулированию потребительского поведения, в настоящее время является особенно актуальным.

Степень разработанности проблемы. В целях исследования были изучены и использованы работы российских и зарубежных ученых по следующим направлениям:

Исследования в области теоретического анализа потребительского поведения: Автономова В.С., Беккера Г., Бем-Баверка О., Вальраса Л, Веблена Т.,

Визера Ф., Джевонса У., Дьюзенберри Дж., Зомбарта В., Ильина В.И., Кейнса Дж., Ланкастера К., Лоскутова В.И., Маркса К., Маслоу А., Менгера К., Миля Дж. С., Румянцва А.М., Стиглера Дж., Фишбайна М., Айзена И., Хикса Дж.

Исследования методологических проблем диагностики регионального социально-экономического развития: Бутова В.И., Гранберга А.Г., Гутмана Г.В., Дмитриевой О.Г., Дульщикова Ю.С., Когута А.Е., Новоселова А.С., Рохчина В.Е., Селиверстова В.Е., Усковой Т.В., Швецова А.Н., Шнипера Р.И.

Исследования в области развития регионального потребительского рынка: Баклановой Ю.О., Ломовцевой О.Д., Скопиной И.В., Трубина М.Ю., Федько В.П., Шабунинной И.М.

Исследования в области моделирования потребительского поведения: Бутова А.В., Гребенченко С.Ф., Гук А.А., Митояна А.А., Суворова А.В., Усманской Л.К.

Также исследованию потребительского поведения посвящены работы: лауреата Нобелевской премии Бивенса Г., Гаврилишина О., Мерфи М., Харви Дж., Херша Дж. и других.

Тем не менее, анализ литературы показал, что, несмотря на продолжительный интерес исследователей к сфере потребления, не достигнута необходимая ясность в описании подходов к практическому использованию алгоритмов потребительского поведения, а также не существует моделей потребительского поведения основанных на адаптивном управлении.

Целью исследования является определение концептуальных основ развития локальных потребительских рынков на основе диагностики и регулирования процессов, формирующих потребительское поведение.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих основных задач:

1. Обобщение теоретических подходов к исследованию потребительского поведения, выявление особенностей экономических факторов сферы потребления;
2. Определение алгоритма исследования потребительского поведения в целях формирования системы мониторинга локальных потребительских рынков;
3. Разработка методических подходов к оценке потребительского поведения;
4. Построение типологии локальных потребительских рынков экономически развитого региона преимущественно индустриальной ориентации, выявление условий их развития.
5. Моделирование потребительского поведения и разработка основ его адаптивного регулирования в целях развития локальных потребительских рынков.

Объектом исследования являются локальные потребительские рынки региона.

Предметом исследования являются процессы формирования и регулирования поведения населения в целях развития локальных потребительских рынков.

Исследование выполнено в соответствии с п. 5.6. Паспорта специальности ВАК (экономические науки): «Локальные рынки, их формирование, функционирование и взаимодействие; межрегиональная торговля».

Методология исследования базируется на системном подходе к развитию территориальных экономических систем и формированию локальных рынков, взаимодействующих между собой. Теоретической основой исследования явились разработки в области региональной экономики и экономической социологии. В работе использованы экономико-статистические, социологические, экономико-математические методы.

Информационную основу составили материалы статистики, правовые и нормативные документы РФ, материалы независимого института социальной политики, результаты социологических исследований ИЭП КНЦ РАН и Вологодского научно-координационного центра ЦЭМИ РАН, отчеты НИР Института экономических проблем КНЦ РАН, материалы, опубликованные в монографиях, периодических изданиях, сети Internet, а также собственные исследования автора.

Защищаемые научные положения:

1. Классификация экономических подходов к сфере потребления позволяет выявить региональную специфику потребительского рынка и определить сущность экономического поведения населения на этом рынке.

2. Специфика развития локальных рынков выявляется на основе мониторинга потребительского поведения населения, результаты которого формируют информационный ресурс социально-экономического развития региона.

3. Прогнозирование развития локальных рынков предполагает построение и применение модели потребительского поведения населения на основе системы адаптивного регулирования.

Научная новизна работы определяется следующими результатами теоретического и прикладного характера:

1. На основе классификации экономических подходов к сфере потребления выявлены экономические факторы потребительского поведения: ресурсы потребителя и возможности их использования, включающие доход, личные сбережения, информацию, время.

2. Уточнено понятие и региональная специфика локальных потребительских рынков, их роль и место в социально-экономической структуре региона. Локальные рынки определены как динамичная система причинно-следственных связей, обеспечивающая наибольшее соответствие производства (или ввоза из-за пределов региона) товаров и услуг потребностям и платежеспособному спросу населения, охватывающая всю совокупность экономических отношений производства, реализации и потребления материальных благ и услуг потребительской ориентации.

3. Разработаны предложения по формированию алгоритма потребительского поведения населения и созданию информационной системы потребительского рынка на основе социально-экономического мониторинга (индекс потребительских цен, индекс потребительских настроений, фактическое конечное потребление домашних хозяйств, минимальный потребительский бюджет, минимальная продуктовая корзина и т.д.).

4. Предложена типология локальных потребительских рынков экономически развитого региона на основе сравнительного анализа. Выявлены условия и направления их развития в соответствии с типом потребительского рынка (высокий уровень развития, средний уровень развития, низкий уровень развития).

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования разработанной методики для оценки динамики экономического развития региона: модель потребительского поведения может быть востребована при оценке и формировании направлений развития локальных потребительских рынков, оперативного информирования структур и лиц, ответственных за социально-экономическую политику региона, при оценке уровня экономической культуры населения, его платежеспособной состоятельности, инвестиционной привлекательности региона.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы диссертации были представлены на V международной аспирантско-студенческой научной конференции «Экономика Севера: проблемы и перспективы развития» (Апатиты, 22-23 апреля 2004г.), международной научно-практической конференции «Темпы и пропорции социально-экономических процессов в регионах Севера» (Апатиты, 7-9 апреля 2005г.), международной научно-практической конференции «Приграничный регион в условиях интеграционных процессов» (Петрозаводск, 13-15 октября 2005г.), в рамках работы международной научной школы «Социальная инноватика в региональном развитии» (Петрозаводск, октябрь 2005г.), VI региональной аспирантско-студенческой научной конференции (26 апреля 2006г., Апатиты).

Достоверность содержащихся в диссертации подходов, выводов и рекомендаций подтверждается применением обоснованного методического инструментария, использованием большого объема статистического и социологического материала.

Публикации по теме диссертации – 11 печатных работ объемом 3.0 п.л., в том числе авторских 2.5 п.л.

Структура и объем диссертации. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений. Объем работы 177 страниц машинописного текста, включает 6 таблиц, 23 рисунка, 2 приложения. Библиографический список использованной литературы содержит 152 наименования.

Во введении обосновывается актуальность темы, формулируются цель и задачи, характеризуется степень изученности проблемы, теоретическая и методологическая основа диссертации, новизна, научная и практическая значимость диссертации.

В первой главе «Теоретические основы формирования потребительских отношений в регионе» исследованы экономическая сущность потребительского поведения, проведена классификация различных направлений экономической теории, предметом исследования которых являлась, в том числе и сфера потребления. Также, исследована роль потребительского рынка в удовлетворении запросов потребителей, уточнено его место в общей системе

хозяйства региона, определены факторы, оказывающие влияние на состояние потребительского рынка, предложена авторская трактовка понятия локальный потребительский рынок.

Во второй главе «Оценка информационно-аналитического обеспечения в сфере регулирования локальных потребительских рынков» изучено современное состояние и выявлены тенденции и особенности развития потребительских рынков, рассмотрены основные проблемы, связанные с формированием системы мониторинга потребительского поведения, предложен алгоритм исследования потребительского поведения, показана важность мониторинга и его социально-экономическая значимость.

В третьей главе «Формирование инструментария адаптивного регулирования потребительского поведения на локальных рынках» на основе сравнительного анализа построена типология локальных потребительских рынков, выявлены особенности его формирования, разработана модель потребительского поведения, являющаяся основой информационно-аналитической системы, построена специальная матрица, позволяющая определить реальную экономическую ситуацию в регионе и эффективность проводимой социально-экономической политики. Обосновывается возможность использования адаптивного регулирования, основанного на определении целевых показателей деятельности в будущем периоде по результатам прогнозирования развития локальных потребительских рынков.

В заключении изложены основные выводы и предложения, являющиеся логическим завершением результатов исследования.

II. ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Классификация экономических подходов к сфере потребления позволяет выявить региональную специфику потребительских рынков и определить сущность экономического поведения населения на этих рынках.

При исследовании эволюции взглядов, касающихся основ формирования потребительских отношений выявлено, что данной проблемой занимались представители преимущественно 4-х основных направлений, а именно: классической политической экономии, а также неоклассического, кейнсианского, институционального направлений. Причем, экономические факторы потребительского поведения рассматриваются через их отражение в основных экономических теориях, при этом определяются возможности этих теорий в исследовании экономической группы факторов.

Сущность потребительского поведения определяется экономическими факторами, которые касаются ресурсов потребителя и возможностей их использования.

К ресурсам потребителя относятся: доход, получаемый от использования факторов производства; информация о товаре; время, которое потребитель готов потратить на осуществление покупки.

К возможностям использования ресурсов (условиям, ограничивающим использование ресурсов потребителем) относятся: цена товара, ожидания потребителя относительно будущего, наличие товара (его месторасположение).

Три фактора – информация, время и наличие товара мы рассматриваем совместно в силу их тесной взаимосвязи.

Так, представители классической политической экономии обращают внимание на то, что для разного уровня достатка потребителя необходимо определение нижних границ потребления.

В концепции *потребительских минимумов* на построение потребительского бюджета оказывают влияние такие экономические факторы как доход, цена товара, экономические ожидания потребителя. Причем расчет дохода является основной целью данной концепции. Из расчета типового минимума существования возникает необходимость усреднения величин. Это касается и цен, в том числе. Для расчетов принимаются среднестатистические цены на укрупненные группы товаров по данным официальной статистики. Ожидания потребителей могут учитываться введением статей накоплений на предвиденные (ожидаемые) и непредвиденные события. Отдельные элементы ожиданий учтены в МСБ.

В неоклассическом направлении (*экономические модели поведения потребителя*) анализ экономических факторов предполагает наличие и сравнение двух моделей потребительского поведения: неоклассической и посткейнсианской. Неоклассическая модель исследует поведение так называемого экономического человека (потребителя, предпринимателя, наемного работника), который стремится максимизировать доход и минимизировать затраты. Посткейнсианская основывается на принципе процедурной рациональности, который означает, что потребители следуют процедурам принятия решений, на их взгляд, не лишенным здравого смысла.

Обе модели работают с эффектами дохода и замены в потребительском поведении. Неоклассическая модель внесла существенный вклад в разработку инструментария по исследованию влияния цен на потребительский выбор: разработка коэффициентов эластичности, формулирование теоретического базиса закона спроса. Посткейнсианская модель придает большее значение доходу, то есть на каждую потребность потребитель отводит определенную часть дохода, цена влияет на то, как будет использована данная доля дохода. В неоклассической модели предполагается, что потребитель осуществляет свои действия на рациональной основе, то есть знает результат своих действий со стопроцентной точностью. В посткейнсианском направлении учет ожиданий заключается в том, что потребитель, следуя некоторой процедуре принятия решения и оценки альтернатив, предполагает получить определенный результат. Такие факторы как наличие товара, информация и время изначально не рассматривались в неоклассическом направлении, но со временем эти факторы стали сводиться к издержкам потребителя, которые влияют на выбор. В посткейнсианской модели учет этих факторов определяется уровнем заинтересованности потребителя в покупке.

Кейнсианское направление (*функциональный подход*). Представители данного подхода исходят из того, что располагаемый доход выступает фактором двух видов потребительских расходов: денежных расходов и фактического конечного потребления с поправкой на поступления в натуральной форме. Цена рассматривается в форме уровня цен, то есть цена как фактор потребительского поведения рассматривается в тесной связи с инфляцией. Таким образом, потребитель в данной концепции ориентируется на расходование своих доходов в текущем периоде, чтобы избежать обесценивания. Ожидания потребителя исследуется в форме изменения дохода при прочих макроэкономических переменных. Потребители при колебаниях дохода используют свои сбережения и заемные средства для того, чтобы сглаживать колебания в доходе. Наличие, информация и время рассматривается в форме учета неопределенности и риска. В связи с чем, потребительские риски классифицируются в доходах и потребностях, в жизненных горизонтах, доходности сбережений.

Институциональный подход к сфере потребления определяется по двум параметрам: объект и метод исследования. Объект исследования, то есть институт или организация может быть представлен через систему факторов потребительского поведения, которая является отражением групп общественных отношений, на основе которых формируются формальные и неформальные нормы и условности. Выбор потребителя в данном подходе формируется на основе издержек и выгод, которые подсчитываются под влиянием экономических факторов потребительского поведения и предпочтений. Чтобы выявить особенности экономических факторов потребительского поведения необходимо использовать экспериментальные и статистические данные, тем не менее, проводить оценку других экономических факторов потребительского поведения необходимо на основе сбора данных социологических исследований.

Исследование локальных потребительских рынков автор осуществляет с учетом наиболее значимых взаимосвязанных формальных и неформальных условий или норм, в рамках которых происходят экономические взаимоотношения на потребительском рынке, на котором осуществляются процессы в сфере производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг, сложившихся на данной территории.

Исследование потребительского рынка на местном уровне позволяет определить проблемные моменты в его развитии, а также формы регулирования взаимоотношений покупателя и продавца. Однако, существующее в науке представление о том, что такое локальный потребительский рынок, в том числе и в пространственном аспекте, является, на наш взгляд, неполным. С учетом специфики рыночных отношений, в которых объектом являются процессы, связанные с формированием и регулированием потребительских отношений, к свойствам локального потребительского рынка, кроме выделенных в других исследованиях, нами отнесены текущее и перспективное экономическое развитие, т.к. на основе этих свойств нами формируется концепция анализа внешней среды рынка на локальном уровне.

Принимая во внимание концепции и теории российских и зарубежных ученых, локальный потребительский рынок нами определяется следующим образом. *Локальный потребительский рынок – это сложная рыночная система, включающая, во-первых, совокупность объектов потребительского рынка, локализованных по уровню доступности в пространстве муниципального образования и примыкающих территорий, функционирующих в едином информационном поле, во-вторых, отношения между покупателями (населением) и продавцами на основе устойчивого спроса и равновесного ценообразования на товары краткосрочного, длительного пользования и услуги.*

Локальный потребительский рынок воздействует на ряд фаз, тесно связанных между собой в едином процессе: потребности населения региона – производство (предложение) – денежные доходы населения – реализация (торговля) – потребление (удовлетворение потребностей). Блок потребностей в начале процесса выступает в роли заявок производству, ориентирует его на определенный объем и структуру производственных ресурсов. Он является важнейшим фактором формирования политики приоритетов в производственной программе региона. В этой связи положение и место локального потребительского рынка в общей системе хозяйства региона может быть представлено в виде схемы (рис.1). Каждая из указанных фаз процесса формирования и использования фонда потребления в регионе характеризуется особенностями взаимодействия его элементов, своим механизмом движения, развития и совершенствования. Состыковка фаз формирования и конечного использования фонда потребления осуществляется через потребительский рынок. Именно сигналы, идущие от потребителей к производству, и отражают реальный спрос населения на товары нужного ассортимента.

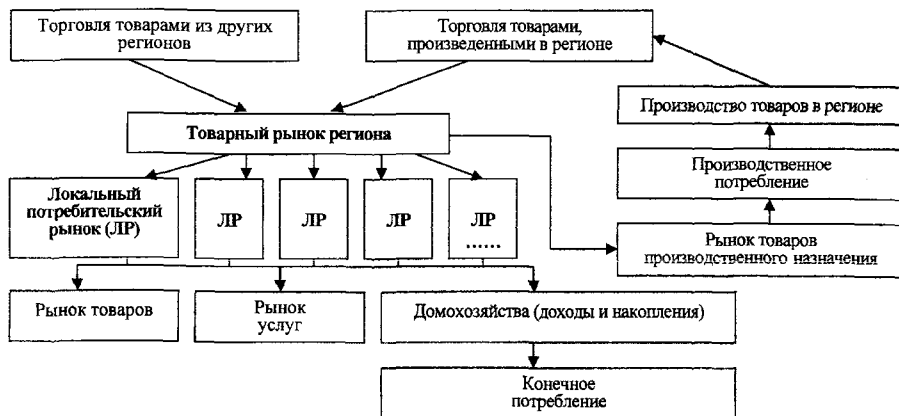


Рис. 1. Положение и место локальных потребительских рынков в общей системе хозяйства региона

Наиболее существенное значение для анализа и оценки локальных потребительских рынков имеют: доходы населения, обуславливающие спрос на товары и услуги; уровень платежеспособности; динамика производства товаров массового потребления в регионе; объемы, ассортимент и качество товаров, завозимых из других регионов; характер и качество предоставляемых населению услуг, цены на товары и услуги, их динамика; методы и системы сбыта товаров, сервисное обслуживание и т.д.

Субъектами спроса на локальных потребительских рынках являются индивиды и семьи, покупающие товары и услуги для личного потребления и проживания на данном регионе.

Необходимо сделать ряд замечаний к вышесказанному: во-первых, если в основе рынков лежат потребности населения, то исследование необходимо начинать с конечного потребления и только потом останавливаться на производственном элементе; во-вторых, необходимо разделить рынок товаров на продовольственный и непродовольственный. Организационно локальный потребительский рынок представлен сетью магазинов розничной и мелкооптовой торговли, оптовыми базами, посредническими организациями, различными предприятиями сферы услуг региона. Выходят на потребительский рынок в качестве продавцов и предприниматели без образования юридического лица. Им противостоят покупатели, реально представленные домохозяйствами. Такова субъектная определенность локального потребительского рынка. И именно от потребительского поведения зависит и развитие потребительского рынка.

Таким образом, локальный потребительский рынок – это сложная система институтов в сфере обращения, характеризующаяся большим числом взаимосвязей. Однако каждый из его участников имеет и свои интересы: производители стремятся вернуть затраченные средства и получить прибыль, а потребители – удовлетворить собственные потребности. Разрешению противоречий этих интересов служит государственное регулирование региональной экономики со стороны федеральных и местных органов, основанное на четком представлении происходящих процессов и полной и достоверной информации.

2. Специфика развития локальных рынков выявляется на основе мониторинга потребительского поведения населения, результаты которого формируют информационный ресурс социально-экономического развития региона.

Региональная система информационно-аналитической поддержки в сфере регулирования потребительского рынка и анализа потребительского поведения строится на принципах учитывающих организационные аспекты регионального мониторинга, его основные цели и задачи.

Подчеркивая важность мониторинга потребительского поведения, следует заметить, что он должен стать информационно-аналитической базой для решения следующих задач:

- обоснование целей и приоритетов социально-экономического развития региона;

- разработка прогнозов и планов развития локальных потребительских рынков в очередной период;
- обоснование мер поддержки отдельных слоев населения с учетом успешного решения проблем социально-экономического неравенства, разработка прогнозов и программ, обеспечивающих экономическую стабильность региона;
- выявление тенденций влияющих на качество жизни населения, предупреждение возможных кризисных ситуаций в обществе;
- оценка результативности деятельности местных органов власти и управления по решению поставленных задач;
- предоставление информации о состоянии локальных потребительских рынков.

Решение этих проблем призвана обеспечить организация системы социально-экономического мониторинга потребительского рынка и, в частности, потребительского поведения. На ее основе можно принимать научно-обоснованные решения по широкому кругу вопросов экономического и социального развития.

Автором разработан и предложен алгоритм исследования потребительского поведения (рис. 2), отражающий последовательность по формированию системы мониторинга потребительского поведения.

Важным этапом создания мониторинга потребительского поведения является возможность оценки количественных параметров реформационных действий. Для запуска мониторинга необходимо принять систему показателей в разрезе его основных направлений.

Одним из основных индикаторов региональных различий являются величины среднедушевых денежных доходов населения. В пользу этого показателя говорят возможности анализа длинных динамических рядов и приближенной оценки сравнительной покупательной способности доходов, причем, Мурманская область сильно отличается не только по величине среднедушевого дохода, но и по структуре его распределения.

Существенное влияние на уровень жизни населения региона оказывают цены на потребительские товары и услуги, что связано, в первую очередь, с климатическими условиями и периферийностью положения.

Проведенный в работе анализ данных показывает, что падение реальных доходов и рост их дифференциации – это две основные тенденции в изменении благосостояния населения за последние десять лет (см. табл. 1.). Именно эти причины спровоцировали рост численности бедного населения.

Динамика средних показателей оплаты труда и доходов населения показывают, что опережающий рост цен по сравнению с ростом номинальной оплаты труда и доходов существенно снижает реальные заработки. При сложившейся за период реформ высокой зависимости потребительского рынка от импорта, а также значительной импортной составляющей в производстве потребительских благ, изменение валютного курса рубля в сторону трехкратного удешевления не могло не привести и к росту цен.

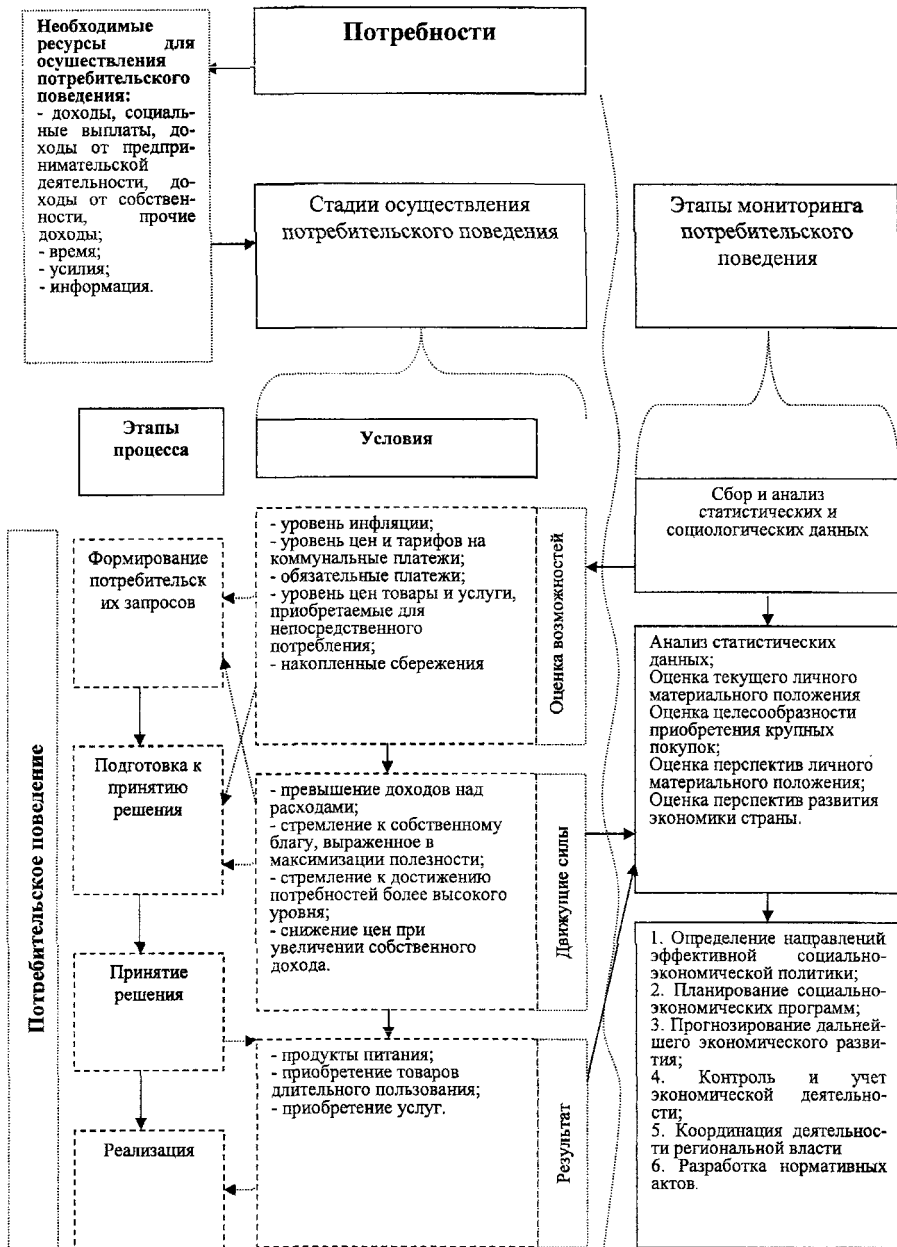


Рис 2. Алгоритм исследования потребительского поведения

Таблица 1

Динамика показателей заработной платы и денежных доходов населения
в 1995-2004 гг. (Мурманская область)*

	1995	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата, руб. (1995 г. – тыс. руб.)	851,5	1710,9	2687	3746,9	5387,2	7222,6	8645,5	10176,6
Темпы роста, раз	1	2,01	3,16	4,4	6,33	8,48	10,15	11,95
2. Реальная начисленная заработная плата, в процентах к предыдущему году	72	81	87	115	114	111	102	105
3. Среднедушевые денежные доходы (в месяц), руб. (до 1998 г. – тыс. руб.)	743,7	1558,9	2464,7	3550,1	4620,2	5892,5	7134,7	8366,5
Темпы роста, раз	1	2,1	3,31	4,77	6,21	7,92	9,59	11,25
4. Реальные денежные доходы, в процентах к предыдущему году	86	89,1	85,1	116,7	101,6	103,6	101,2	103,4
5. Индекс изменения потребительских цен (декабрь к декабрю предыдущего года; в процентах; до 1996 г. - в разгах).	2,3	179,3	135,7	121,9	122,6	122,4	113,9	110,8

Большой интерес представляет сопоставление субъектов РФ (прежде всего в рамках существующих федеральных округов) по различным параметрам для выявления общих и специфических закономерностей и проблем их развития. Для этого, в частности, осуществляется мониторинг общественного мнения на территории Вологодской и Мурманской областей (рис.3).

К июню 2006 г. показатель роста ИПН в Мурманской области достиг отметки в 107,4 пункта, что свидетельствует о поддержке приоритетов социально-экономической политики.

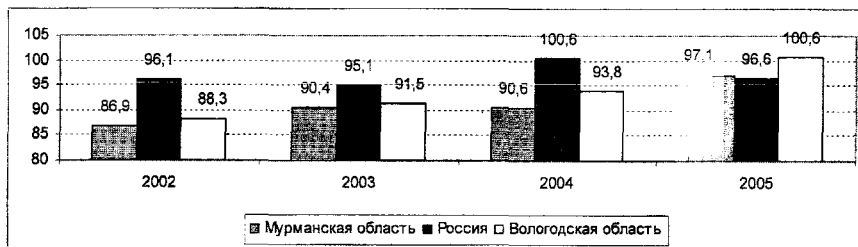


Рис. 3. Динамика потребительских настроений

* Рассчитано по: Статистические сборники: Социально-экономическое положение России за 1995-2004 г. Разделы: Цены и Уровень Жизни.

В период с 2003 по 2005 г. существенно не изменились оценки покупательной способности доходов жителей Мурманской области (рис. 4.). По-прежнему около 40% из них «доходов хватает в лучшем случае на еду», а почти половина населения «имела достаточно средств для покупки необходимых товаров». Покупательная же способность доходов жителей Вологодской области (рис. 5.) в 2005 г., напротив, заметно улучшилась. Это произошло за счет сокращения доли низкодоходных категорий (с 54 до 41%) и увеличения представительства жителей области со средним уровнем покупательной способности (с 35 до 47%). Удельный вес высокодоходных категорий населения составил в 2005 г. 14,7% в Мурманской области и 9,7% - в Вологодской.

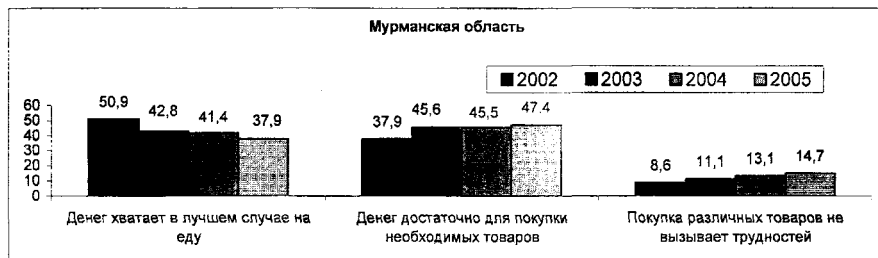


Рис. 4. Оценка собственных денежных доходов населением (Мурманская область), %.

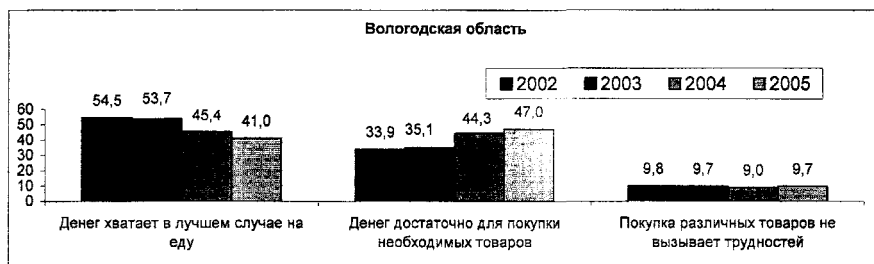


Рис. 5. Оценка собственных денежных доходов населением (Вологодская область), %.

Потребительские ожидания ориентированы на будущее в том смысле, что включают в себя ожидаемые сдвиги в доходах и занятости, ценах и процентных ставках, предполагаемые изменения в системе налогообложения, а также во внеэкономических сферах. Самые общие данные опросов указывают на то, что потребитель способен учиться и познавать, а также на наличие у него адаптивных ожиданий.

Уникальность ИПН заключается в оперативности его измерений и «открытости». Этот показатель предоставляет редкую возможность учета субъективных оценок людей, которые зачастую могут не соответствовать «официальному» положению дел, но, тем не менее, оказывают влияние на их

поведение и, прежде всего, в отношении потребления и сбережений, а в макроэкономических терминах – на динамику внутреннего спроса. ИПН является единственным макроэкономическим индикатором, агрегирующим в себе мнения, оценки и ожидания всего населения региона. ИПН подразумевает целую систему экономических показателей, отражающих оценки населением личного благосостояния, состояния и перспектив экономического развития страны, ситуации на потребительском рынке, инфляционные ожидания и ожидания относительно безработицы, оценки экономической политики и т.д.

3. Прогнозирование развития локальных рынков предполагает построение и применение модели потребительского поведения населения на основе системы адаптивного регулирования.

Для построения соответствующей рыночным условиям системы управления в качестве методологической основы автором применена концепция адаптивного регулирования, в основе которой вместо директивного планирования предлагается прогнозирование развития потребительского рынка на основе моделирования потребительского поведения.

Методологической основой адаптивного регулирования является системный подход – обеспечение адекватного соответствия связей между элементами, обеспечения целенаправленного функционирования и взаимодействия со средой в моделируемой системе и в ее модели.

В основу адаптивной методики легли следующие принципы:

1. Сочетание начальных обзорных исследований с дальнейшим их углубленным изучением, исследование вопросов наиболее актуальных для экономики региона;

2. Выделение ограниченного ряда наиболее важных факторов, включаемых в рассмотрение. На каждом этапе круг факторов, включаемых в рассмотрение, определяется с учетом их важности и доступных финансовых, материальных и других ресурсов;

3. Периодичность исследований определяется возможностями регионального финансирования и спецификой собираемых данных;

4. Целенаправленное построение процедур сбора и обработки данных, реализуемое путем отбора наиболее значимых показателей и использования простых методов их оценки или расчета.

Процесс получения оптимального управленческого решения методом моделирования имеет циклический характер и состоит из нескольких этапов (рис. 6.).



Рис. 6. Структура адаптивного управления потребительским рынком

Исследование локальных потребительских рынков региона показало, что их развитие имеет неоднородный характер и индивидуальные особенности (рис. 7). Автор предпринял попытку объединить локальные потребительские рынки по ряду признаков в группы, имеющие общие черты развития.

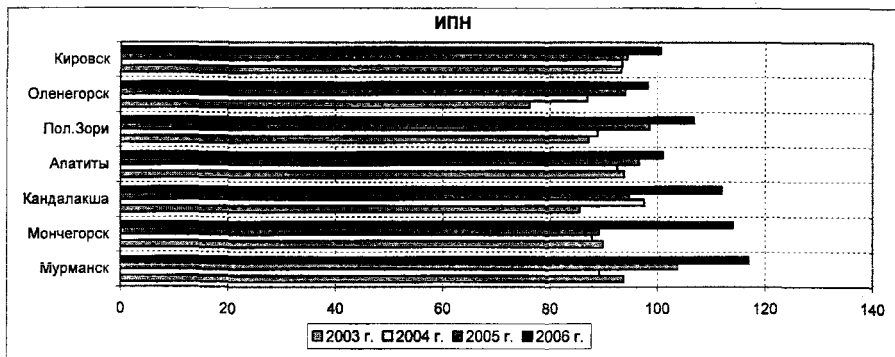


Рис. 7. Индекс потребительских настроений на локальных рынках региона

В работе, на основе сравнительного анализа, разработана и применена типология к локальным потребительским рынкам. Сопоставление данных по вышеприведенным показателям позволило выявить общие тенденции развития потребительского рынка Мурманской области по крупным населенным

пунктам (Мурманск, Мончегорск, Кандалакша, Апатиты, Полярные Зори, Оленегорск, Кировск) и определить состояние и проблемы данных локальных рынков.

Автором был определен тип каждого из рассмотренных локальных рынков.

Таблица 2

Уровень развития локальных потребительских рынков
индустриально развитых городов Мурманской области

Локальный потребительский рынок	Индекс потребительских настроений (ИПН)	Индекс экономических ожиданий (ИЭО)	Индекс текущего состояния (ИТС)
Мурманск	Высокий	Высокий	Средний
Мончегорск	Средний	Средний	Низкий
Кандалакша	Средний	Высокий	Низкий
Апатиты	Средний	Высокий	Средний
Полярные Зори	Средний	Средний	Средний
Оленегорск	Низкий	Низкий	Низкий
Кировск	Средний	Средний	Средний

На основе полученных результатов (табл. 2) были определены: локальные потребительские рынки с устойчивой динамикой развития; потребительские рынки, характеризующиеся средним уровнем развития; потребительские рынки, имеющие отрицательный характер развития.

Таким образом, к первой группе, с *устойчивым развитием потребительского рынка* на протяжении трех лет можно отнести лишь областной центр – Мурманск, что обусловлено высокой концентрацией предприятий и развитой инфраструктурой города.

Вторая группа – города с *устойчивым средним уровнем развития потребительского рынка*. В эту группу входят такие города как Мончегорск, Кандалакша, Апатиты, Полярные Зори, Кировск. В основном, это города, имеющие градообразующие предприятия, исключением является лишь город Апатиты. Градообразующие предприятия позволяют населению чувствовать себя достаточно уверенно в экономическом плане, так как именно за счет подобных предприятий в этих городах остаются стабильными доходы населения и осуществляется поддержка муниципальных образований. Город Апатиты не имеет градообразующего предприятия, однако, также входит в группу муниципальных образований среднего уровня развития потребительского рынка, что связано с развитой инфраструктурой города, а также высоким уровнем предпринимательской активности.

К третьей группе, с *низким уровнем развития потребительского рынка*, относится город Оленегорск. Несмотря на то, что в городе имеется градообразующее предприятие, и уровень фактических доходов на одного человека превышает прожиточный минимум, данное муниципальное образование характеризуется неустойчивым развитием потребительского рынка. Прежде всего, это связано с низким уровнем предпринимательской активности, и отсутствием возможности у населения осуществлять эффективное вложение имеющихся денежных средств.

Развитие локальных потребительских рынков требует разработки соответствующих мероприятий направленных на его эффективное функционирование (табл. 3).

Таблица 3

Направления развития локальных потребительских рынков различного типа

Тип рынка	Характеристика	Направления по развитию локальных потребительских рынков
Локальные потребительские рынки с высоким (устойчивым) уровнем развития	Характеризуются высокой потребительской активностью и благоприятной тенденцией наращивания потребительского потенциала	<ul style="list-style-type: none"> - создание условий для роста эффективности производственной деятельности предприятий локального потребительского рынка; - обеспечение учета интересов всех участников процесса регулирования потребительского рынка, включая органы исполнительной власти; - сочетание мер административного регулирования и управления с деятельностью общественных организаций, развитием рыночных отношений между участниками; - индивидуальный подход к принятию решений по мерам воздействия и регулирования, основанных на результатах комплексного анализа текущего состояния потребительского рынка и оценки прогнозных тенденций;
Локальные потребительские рынки среднего уровня развития	Характеризуются либо высоким, но снижающимся потенциалом развития, либо средним, но стабильным потенциалом развития, либо низким, но быстрорастущим потребительским потенциалом.	<ul style="list-style-type: none"> - обеспечение социальной направленности мероприятий по регулированию локального потребительского рынка и защите прав потребителей; - обеспечение возможности получения инвесторами достоверной информации о состоянии локального потребительского рынка; - изменение структуры инвестиций в пользу потребительского комплекса; - формирование на локальном потребительском рынке конкурентной среды; - содействие совершенствованию технологических процессов, направленных на расширение номенклатуры и ассортимента потребительских товаров и услуг, повышение их качества; - повышение культуры и уровня обслуживания населения.
Локальные потребительские рынки низкого уровня развития	Характеризуются невысокой потребительской активностью и неблагоприятной тенденцией наращивания потребительского потенциала.	<ul style="list-style-type: none"> - выделение приоритетов развития, необходимых для концентрации ресурсов и получения максимального эффекта проводимых мероприятий при минимальных затратах, сочетания единства целей и задач территориального развития; - определение критериев эффективности управления локальным потребительским рынком; - проведение организационно-структурных преобразований локального потребительского рынка; - стимулирование совокупного спроса на продукцию местных производителей; - увеличение доли товаров местных производителей на локальном потребительском рынке с целью снижения оттока финансовых ресурсов за его пределы; - комплексное использование сырьевых ресурсов и их глубокая переработка; - создание экономических механизмов, обеспечивающих сбалансированное развитие потребительского рынка; - формирование достаточного ресурсно-финансового потенциала для развития потребительского рынка; - развитие инфраструктуры потребительского рынка; - создание доступных банков и баз данных, содержащих широкий спектр информации о состоянии и перспективах развития локального потребительского рынка, информацию справочного и рекламного характера.

В работе предложена модель потребительского поведения (рис. 8.) необходимая для построения информационно-аналитической системы.

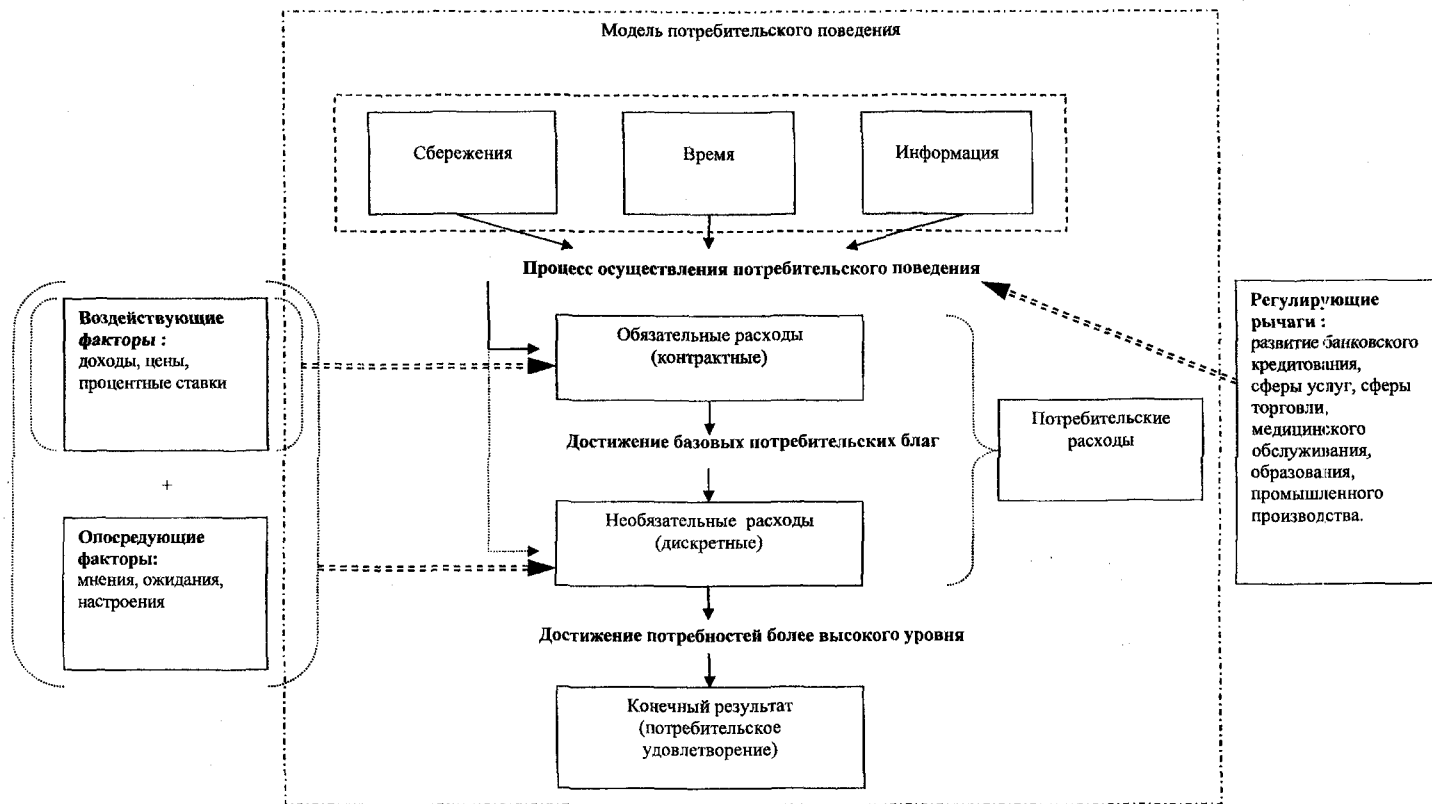


Рис.8. Модель потребительского поведения

Данная модель позволяет понять суть потребительского поведения и определить рычаги воздействия на него. Она включает в себя исследование сферы личного потребления, которая в наибольшей степени зависит от индивидуальных действий людей.

В целом, предложенная модель обладает следующими признаками:

- Отражает наличие двух вариантов потребительского поведения: основанного на достижении базовых потребительских благ и достижении потребностей более высокого уровня;

- Более полно и ясно поясняет, каким образом ресурсы (деньги) и результаты (товары и услуги) последовательно трансформируются в конечный результат – потребительское удовлетворение ;

- Отвечает требованиям, предъявляемым к моделям, так как процессы, которые она охватывает, являются существенными и отражающими реальную действительность. Предложенная модель объясняет то, как население реализует себя в качестве потребителя и какие экономические факторы оказывают воздействие на их потребительское поведение.

Знание о действиях, предпринимаемых потребителями их настроениях относительно экономического положения, позволяет перейти к изучению факторов отражающих текущее состояние экономики региона и экономические ожидания населения. Для оценки реальной экономической ситуации в регионе и на потребительском рынке автор предлагает использовать разработанную им матрицу (рис. 9).

МАТРИЦА ИНДЕКСА ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ И ИНДЕКСА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОЖИДАНИЙ

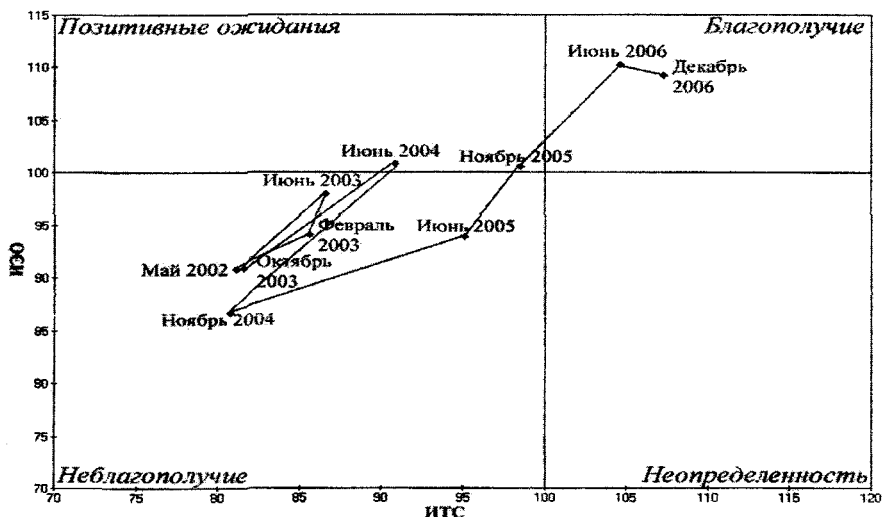


Рис.9. Оценка населением текущих и перспективных изменений в экономике Мурманской области.

Матрица потребительских настроений в графической форме позволяет определить экономический «климат» на потребительском рынке.

Матрица представлена в виде четырех квадрантов, условно обозначенных как «неблагополучие», «позитивные ожидания», «благополучие», «неопределенность». Каждая область несет свою смысловую нагрузку.

«Неблагополучие» – сектор, который характеризуется неблагоприятным текущим положением населения и низким уровнем оценок, относительно перспектив экономического роста.

«Позитивные ожидания» – такое положение дел, при котором текущее экономическое состояние населения находится на достаточно низком уровне, а ожидание улучшения положения – на высоком. Что, скорее всего, показывает доверие населения к проводимой экономической политике и о достаточно высоком запасе терпения.

«Благополучие». Это, конечно, самое благоприятное состояние социально-экономического климата региона. Но достижение такого положения дел в экономике возможно лишь при решении ряда задач, которые касаются повышения дохода домохозяйств, улучшения инвестиционного климата, снижения уровня инфляции, и т.д.

«Неопределенность» характеризуется устойчивым текущим состоянием экономики, при заниженном уровне оценок перспектив экономического роста.

На матрице отмечены данные, полученные в ходе мониторинга общественного мнения населения Мурманской области. Значения индексов могут изменяться в пределах от 0 до 200. Методология построения выше рассмотренных индексов предполагает, что значение индекса равно 200, когда все население положительно оценивает экономическую ситуацию. Индекс равен 100, когда доля положительных и отрицательных оценок одинакова. Снижение индекса ниже 100 означает преобладание негативных оценок в обществе.

Таким образом, мы можем наблюдать, что настроения жителей области в период с 2002 по 2005г.г., находились не на самом высоком уровне. Следовательно, можно сделать вывод, что экономическую ситуацию в регионе за данный период оставалась в целом неблагоприятной, исключение составляет лишь июнь 2004г. и ноябрь 2005г. Но, если в 2004г. рост экономических ожиданий можно было бы объяснить сезонными колебаниями, то в ноябре 2005г. население Мурманской области имело высокие экономические ожидания, одновременно положительно оценивая и текущую ситуацию в регионе. Данный рост положительных оценок оправдать сезонными колебаниями нельзя, поэтому можно говорить о том, что в социально-экономическом положении региона наметились благоприятные изменения. В июне 2006г. продолжился рост, как экономических ожиданий, так и текущего состояния, в результате чего точка, отражающая изменения в экономике региона сместилась в квадрант «благополучие». Поэтому социально-экономическую обстановку в регионе можно назвать устойчивой. В целом рост был вызван принятием законодательных инициатив правительства относительно увеличения выплат матерям при рождении второго ребенка, у

населения появилась возможность воспользоваться, преимуществами ипотечного кредитования, рост реальной заработной платы в 2006 году составил 13%, что сыграло существенную роль в ожиданиях населения Мурманской области.

В заключении представлены основные выводы и результаты проведенного исследования, которые состоят в следующем:

1. Обобщены теоретические подходы к исследованию потребительского поведения. Вместе с тем, проведенный анализ подходов к экономическому содержанию потребительского поведения показал, что наиболее перспективным в данном исследовании является рассмотрение локальных потребительских рынков на основе институционального подхода. То есть, рассмотрение локальных рынков строится с учетом наиболее значимых взаимосвязанных формальных и неформальных условий норм, в рамках которых происходит экономическое взаимодействие на потребительских рынках, протекают процессы в сфере производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг, сложившихся на данной территории. Выявлены особенности экономических факторов сферы потребления, которые, прежде всего, затрагивают ресурсы потребителя и возможности их использования. К ресурсам потребителя относятся доход, получаемый от использования факторов производства; информация о товаре; время, которое потребитель готов потратить на осуществление покупки. К возможностям использования ресурсов (условиям, ограничивающим использование ресурсов потребителем) относятся: цена товара, ожидания потребителя относительно будущего, наличие товара (его месторасположение). Кроме того, на потребительское поведение оказывают влияние такие факторы как информация, время и наличие товара, рассматриваемые совместно в силу их тесной взаимосвязи.

2. Предложены рекомендации по формированию информационной системы потребительского рынка, касающиеся, в частности, построения алгоритма мониторинга потребительского поведения. Потребители, при наличии необходимых ресурсов, осуществляют покупку товаров и услуг, пройдя, соответственно, несколько этапов от формирования своих запросов до их осуществления или реализации. Причем, на деятельность человека как потребителя, оказывает влияние такие факторы как уровень инфляции, уровень цен и тарифов на коммунальные платежи, обязательные платежи, уровень цен товары и услуги, приобретаемые для непосредственного потребления, накопленные сбережения. На различных этапах осуществления потребительского поведения (формирование потребительских запросов, подготовки принятия решения, принятия решения, реализации запросов) необходимо осуществлять его мониторинг, то есть проводить анализ статистических данных, текущего личного материального положения, целесообразности приобретения крупных покупок, перспектив личного материального положения, перспектив развития экономики региона. Все это позволит определить основные направления развития локальных потребительских рынков, использовать полученную информацию при

планировании социально-экономических программ, прогнозировании дальнейшего экономического развития региона, при осуществлении контроля в сфере экономики, координации деятельности региональных властей, разработке нормативных актов, касающихся потребительского рынка.

3. Разработана адаптивная методика организации мониторинга потребительского поведения на основе анализа проектно-планового, программного и проблемно-ориентированного подходов. Выработаны методические подходы к оценке эффективности развития регионального потребительского рынка на основе предложенной автором матрицы индекса текущего состояния экономики и индекса экономических ожиданий. Предложенная методика позволяет определить социально-экономические и инвестиционные возможности развития локальных потребительских рынков; обосновать формы и методы экономического и правового регулирования локальных рынков.

4. Предложена типология локальных потребительских рынков экономически развитого региона. На основе сравнительного анализа были выявлены общие тенденции развития потребительского рынка Мурманской области в индустриально-развитых городах (Мурманск, Мончегорск, Кандалакша, Апатиты, Полярные Зори, Оленегорск, Кировск) и определено состояние и проблемы данных локальных рынков. Были выделены локальные потребительские рынки с устойчивой динамикой развития, потребительские рынки, характеризующиеся средним уровнем развития и потребительские рынки, имеющие низкий уровень развития. Выявлены условия и направления развития локальных потребительских рынков в соответствии с их типом.

5. Предложена модель потребительского поведения. Данная модель отражает наличие двух вариантов потребительского поведения: основанного на достижении базовых потребительских благ и достижении потребностей более высокого уровня; поясняет, каким образом ресурсы (деньги) и результаты (товары и услуги) последовательно трансформируются в конечный результат – потребительское удовлетворение, позволяет оценить, как население реализует себя в качестве потребителя и какие экономические факторы оказывают воздействие на потребительское поведение. Таким образом, предложенная модель может быть использована как основа формирования системы информационно-аналитической поддержки управленческих решений и прогнозирования развития локальных потребительских рынков.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

– в периодических научных и научно-технических изданиях рекомендуемых ВАК РФ для публикации основных результатов диссертаций на соискание ученой степени доктора наук:

1. Влияние дифференциации доходов на потребительское поведение населения Мурманской области// Вестник Костромского государственного университета имени Н.А.Некрасова. Кострома: изд-во КГУ – 2006. – №8 – С. 35-37 (0,3 п.л.)

– прочие издания:

2. Социологические исследования как эффективный инструмент диагностики экономических преобразований в регионе (на примере Мурманской области)// Материалы V международной аспирантско-студенческой науч. конф. «Экономика Севера: проблемы и перспективы развития», Апатиты, 22-23 апреля 2004 г.– Апатиты: изд-во КНЦ РАН – 2004. – С.20-22 (0,1 п.л.)

3. Потребительское поведение населения Мурманской области как показатель эффективности социально-экономической политики// Материалы III Международной науч.-практ. конф. «Темпы и пропорции социально-экономических процессов в регионах Севера», Апатиты, 7-9 апреля 2005г.– Апатиты: изд-во КНЦ РАН.– 2005. – С.81-82 (0,1 п.л./0,05 п.л.) (в соавт.)

4. Адаптивное прогнозирование экономики региона посредством моделирования потребительского поведения// Материалы Всероссийской научной конференции студентов и аспирантов «Молодые исследователи – регионам», Вологда, 21-22 апреля 2005 г.– Вологда: изд-во ВоГТУ – 2005. - С.229-231 (0,2 п.л.)

5. Формирование региональной системы мониторинга потребительского поведения// Материалы международной научно-практической конференции «Приграничный регион в условиях интеграционных процессов и реформирования местной власти», Петрозаводск, 13-15 октября 2005г.– Петрозаводск: изд-во КарНЦ РАН, 2005г. – С.150-156 (0,4 п.л.)

6. Некоторые аспекты исследования потребительского поведения в регионе// «Интеграция высшей школы и академической науки: исследования молодых ученых» Труды Института экономики КарНЦ РАН. – Выпуск 9. –Петрозаводск: изд-во КарНЦ РАН – 2005 г. – С.179-180 (0,1 п.л.)

7. Анализ потребительского поведения населения Мурманской области как инструмент исследований социальной и экономической политики в регионе// «Теория и практика социально-экономических процессов в регионе» Труды Института экономики КарНЦ РАН. – Выпуск 10. 2006 г.– Петрозаводск: изд-во КарНЦ РАН – 2006 г. – С.84-90 (0,5 п.л./0,25 п.л.) (в соавт.)

8. Совершенствование методов и инструментария экономического исследования потребительского поведения в регионе// «Теория и практика социально-экономических процессов в регионе» Труды Института экономики КарНЦ РАН. – Выпуск 10. 2006 г.– Петрозаводск: изд-во КарНЦ РАН – 2006 г. – С.79-83 (0,4 п.л.)

9. Некоторые аспекты анализа потребительского потенциала населения региона// Север и рынок: формирование экономического порядка. - Апатиты: изд-во КНЦ РАН –2006. –№1.– С.56-61 (0,3 п.л.)

10. Современные подходы к исследованию экономических факторов сферы потребления// Материалы VI региональной аспирантско-студенческой науч. конф., Апатиты, 26 апреля 2006 г.– Апатиты: изд-во КНЦ РАН. –2006. – С.23-25. (0,2 п.л.)

11. Анализ и прогнозирование потребительского поведения населения Мурманской области// Научное обозрение. – М: изд-во «Наука» – 2006 г.– №4 – С.81-85 (0,4 п.л./0,2 п.л.) (в соавт.)

Автореферат

КОНДРАТОВИЧ Дмитрий Леонидович

**РАЗВИТИЕ ЛОКАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКОВ
НА ОСНОВЕ ДИАГНОСТИКИ ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ**

Технический редактор В.А.Ганичев

Лицензия ПД 00801 от 06 октября 2000 г.

Подписано к печати 22.02.2007

Формат бумаги 60x84 1/16. Бумага офсетная.

Печать офсетная. Гарнитура Times/Cyrillic

Уч.-изд.л. 1.2. Заказ № 14. Тираж 100 экз.

Российская Академия наук

Ордена Ленина Кольский научный центр им. С.М.Кирова
184200, Апатиты, Мурманская область, ул.Ферсмана, 14