

## **ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ.**

Данные о потребительском поведении населения является наиболее мобильным индикатором, используемым при анализе результатов социально-экономического развития региона, которые позволяют региональной власти отслеживать текущую ситуацию, предвидеть возможные изменения, и принимать правильные и своевременные решения. И тот факт, что в настоящее время не существует отлаженной региональной системы мониторинга потребительского поведения, свидетельствует о недостаточной разработанности данной тематики.

В России более десяти лет проводится комплексный мониторинг уровня и качества жизни населения. Этими исследованиями занимается Всероссийский центр уровня жизни (ВЦУЖ). Ежеквартально публикуются сведения о величинах прожиточного минимума, потребительских бюджетов, покупательной способности личных денежных доходов. На этой основе составляются группировки населения по уровню материального достатка в целом по стране и во всех ее субъектах.[1].

С нашей точки зрения, необходимо усилить методологическое и методическое обеспечение данной сферы. В основном для оценки, как качества жизни, так и уровня потребления (являющегося также важным показателем уровня благосостояния населения), используются показатели денежных доходов и прожиточного минимума. Однако за период реформ, зачастую сопровождающихся ростом инфляции, структура денежных доходов населения претерпела существенные изменения, соответственно, необходимо пересмотреть некоторые методические рекомендации к оценке вышеупомянутых показателей с учетом оценок независимых экспертов и мнения населения в том числе.

Региональный аспект формирования системы мониторинга потребительского поведения заключается в исследовании структуры расходов на товары краткосрочного и длительного пользования,

среднемесячной начисленной заработной плате, использование денежных доходов, реальных располагаемых денежных доходов, среднемесячного дохода на одного члена семьи, динамику баланса денежных доходов и расходов. Иными словами, исследовать социальные, экономические аспекты, влияющие на формирование потребностей и степень их удовлетворения. Кроме того, при исследовании потребительского поведения как основного звена, отражающего уровень жизни, важное место занимает его классификация на основе: статуса отдельных групп населения, их жизненных установок, организации жизни людей, условий труда, быта, отдыха, развития личности и воспроизводства жизни.

Региональная система потребительского поведения предполагает наличие классификации населения по следующим признакам:

- экономической активности и занятости (неэкономическое население трудоспособного возраста, пенсионеры, безработные, самозанятые, работающие);
- возрасту и полу (женщины 18-30, 31-55, старше 55 лет; мужчины 18-30, 31-60, старше 60 лет);
- по уровню образования (незаконченное общее среднее, законченное общее среднее, законченное среднее специальное, законченное высшее);
- профессиональные группы работавших (рабочий, крестьянин, инженерно-технический работник, служащий, руководитель государственного предприятия, интеллигент, не занятый на производстве, предприниматель, имеющий свое дело, студент, учащийся, пенсионер, военнослужащий, сотрудник органов охраны общественного порядка, ответственный работник органов управления, руководитель коммерческой структуры, безработный, неработающий, инвалид);
- по числу детей в семье (три и более, два, один, нет детей).

Хотелось бы отметить, что одним из острых вопросов на сегодняшний день, остается вопрос о наиболее предпочтительном и точном способе расчета и оценки социально-экономического состояния региона, позволяющий наиболее полно охарактеризовать отдельные элементы, в том числе и потребительскую сферу. Из-

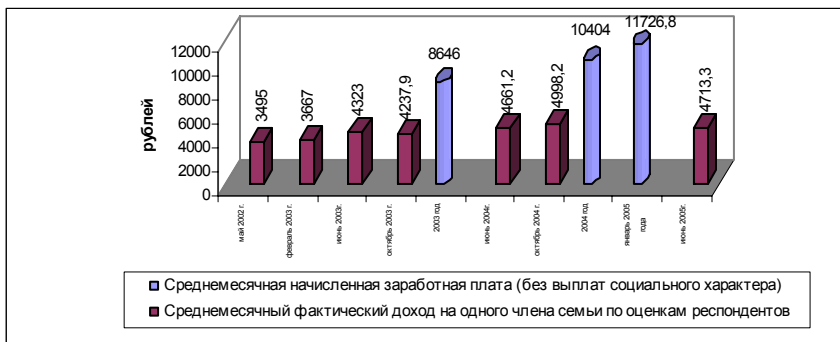
вестно, что преимущественно при оценке экономического развития региона используются стоимостные показатели, часто не отвечающие современным условиям и российской специфике, так как существует множество различий между отдельными регионами. Эти различия могут касаться различных сфер жизнедеятельности: экономической, социальной, демографической и т.д. Для эффективной экономической оценки необходимо, на наш взгляд, целый комплекс расчетов, в основе которых учитывалось бы мнение населения. Таким образом, более полноценного представления об уровне доходов населения мы предлагаем использовать данные, как областной статистики, так и проведенных социологических исследований.

На уровень изменений в потребительском поведении населения оказывают существенное влияние, прежде всего, денежные доходы. Таким образом, исследуя структуру денежных доходов населения, следовало бы использовать данные о среднемесячной заработной плате (статистические данные), совместно со среднемесячным фактическим доходом на одного члена семьи (социологические данные), что позволило бы уточнить структуру распределения доходов домохозяйств.

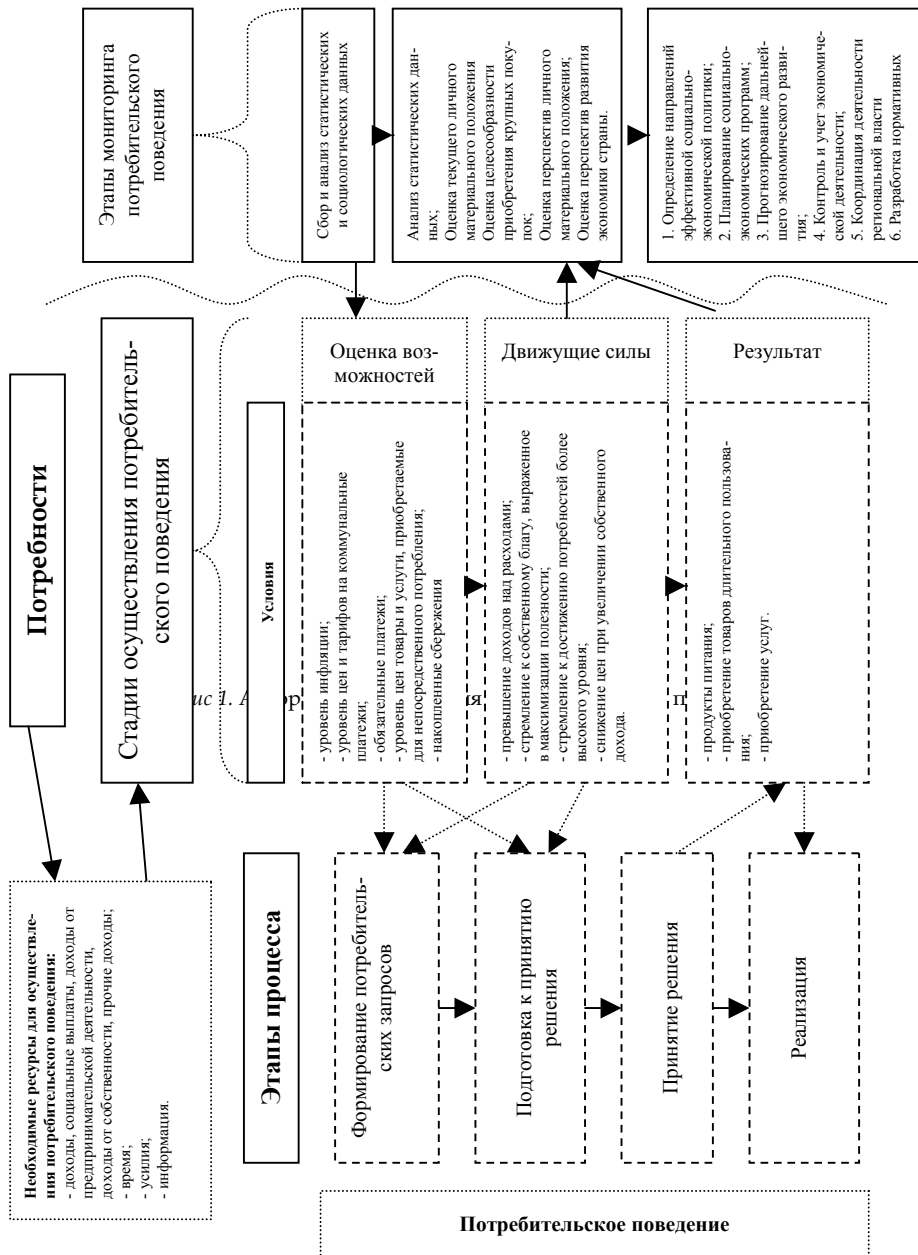
#### **Структура доходов населения.**

Сравнивая среднемесячный фактический доход на одного члена семьи по оценкам респондентов и среднемесячную начисленную заработную плату, мы видим, что разница представляет собой от 2,1 до 2,4 раз. Это соответствует указанному респондентами количеству членов семьи. Таким образом, можно говорить, что респонденты с достаточной достоверностью оценили свои фактические доходы. Кроме того, видно, что при постепенном росте заработной платы по области, среднемесячный фактический доход на одного члена семьи изменяется недостаточно интенсивно, что в свою очередь влияет и на потребительское поведение населения. Данные последних социологических опросов, проведенных нашим институтом, подтверждают, что экономика региона в данный период, характеризуется неблагоприятным текущим положением населения и низким уровнем оценок, относительно перспектив экономического роста.

Для создания системы мониторинга потребительского поведения, необходимо иметь четкую методологическую основу и инструментарий. Кроме того, исследование данной сферы предполагает разработку алгоритма потребительского поведения для конкретного региона.



При разработке алгоритма, позволяющего проанализировать и своевременно предложить действенные меры по улучшению социально-экономической ситуации, неоднократно возникали проблемы. Эти проблемы были связаны, прежде всего, с отсутствием разработок в данной области. Все существующие на сегодняшний день алгоритмы потребительского поведения, так или иначе, связаны с изучением реакции потребителя на какой-либо товар или услугу. По сути дела, потребительское поведение изучается в рамках маркетинговых исследований. Построением алгоритма потребительского поведения, учитывающего реакцию населения на изменения в социально-экономической политике региона, ранее никто не занимался.



Алгоритм исследования потребительского поведения предполагает, наличие самих потребностей как таковых. Разумеется, что для реализации потребностей необходимы определенные ресурсы, а именно: доходы, время усилия и информация. Семья или другими словами домохозяйство, при необходимом наборе ресурсов, осуществляет покупку товаров и услуг, пройдя, соответственно, несколько этапов от формирования своих запросов до их осуществления или реализации. Все этапы сопровождаются определенными стадиями.

Первая стадия – «оценка возможностей», которая сопровождается рядом условий. 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. Данные факторы исследуются на первом этапе мониторинга, который заключается в сборе и анализе статистической и социологической информации.

Вторая стадия – стадия «движущих сил», т.е. таких факторов, при которых потребительское поведение может существенно изменяться и прогрессировать. К таким факторам можно отнести: превышение доходов над расходами, стремление к собственному благу, выраженное в максимизации полезности, стремление к достижению потребностей более высокого уровня, снижение цен при увеличении собственного дохода. Именно на этой стадии, оценив свои возможности и настоящее экономическое положение, население способно дать необходимую информацию о текущем личном материальном положении, целесообразности приобретения крупных покупок, перспективах личного материального положения и перспективах развития экономики страны.

И, наконец, третья стадия – «результат», то, что мы получаем на выходе, а именно приобретение продуктов питания, товаров длительного пользования, приобретение услуг.

Мониторинг потребительского поведения заключается в трех этапах. Первые два этапа – это анализ и оценка социально-экономической обстановки, третья стадия заключается в выработке рекомендаций и предложений по улучшению этой обстановки.

Под региональным мониторингом потребительского поведения следует понимать специально организованную и постоянно действующую систему наблюдения, сбора, оценки и распространения информации, диагностики экономической и социальной обстановки [2], складывающейся на территории региона, анализа потребительского поведения населения региона, а также подготовки рекомендации по принятию рациональных управленческих решений, направленных на поддержку и развитие социально-экономических программ.

Таким образом, основными задачами проведения мониторинга являются:

- организация наблюдения, оценка получаемой информации;
- обеспечение информацией, полученной при осуществлении мониторинга потребительского рынка, органов управления, предприятий, учреждений и организаций;
- разработка прогнозов развития потребительских отношений;
- подготовка рекомендаций по преодолению негативных и поддержке позитивных тенденций, направление выработанных рекомендаций региональным органам власти и управления.

Региональная система мониторинга потребительского поведения как целостная система непрерывного наблюдения, анализа и краткосрочного прогнозирования хода основных социальных процессов должна стать необходимым звеном во время подготовки, принятия и контроля решений в структурах хозяйственного управления, законодательной и исполнительной властей.

### Литература

- Бобков В. Дифференциация благосостояния // Экономист. 2005 г., с.54-55.
- Мониторинг развития муниципальных образований/ Ускова Т.В., Зуев А.Н, Смирнов А.А.; Под науч. рук. д.э.н., профессора В.А. Ильина.- Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2002.