УДК 332.012.23

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ В МАЛОМ ГОРОДЕ

Нанакина Ю.С.

Заполярный филиал ГАОУ ВО ЛО «Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина», Норильск, e-mail: artamon3@yandex.ru

Проблематика изучения социально-экономических особенностей в поведении потребителей как основного фактора формирования потребительского спроса, является достаточно актуальной на любом этапе развития общества и производственных отношений. Сегодня необходимо по-разному дифференцировать потребительское поведение в зависимости от территориальных, экономических, социальных, психологических и иных условий сформированности основных предпочтений, тенденций, вкусов, возможностей потребления. Россия – это обширная территория с населением, проживающим зачастую в малых городах. И поэтому малый город – это одно из внешних условий формирования потребительской деятельности домашних хозяйств. Помимо данного факта необходимо заметить, что спрос становится практически единственным реализации местного производства и эффективной социальной инфраструктуры. Поэтому потребительская деятельность, реализованная на данной территории, имеет ряд особенностей, которые связаны как с территориальной обособленностью, так и со спецификой потребительского поведения населения (домашних хозяйств). Это отражается в достаточной степени на эффективности непосредственно самой потребительской деятельности и на эффективности влияния внешних и внутренних условий, политики, инфраструктуры. Субъекты макроэкономического кругооборота должны учитывать данные особенности с целью построения собственной стратегии развития и учета требований и интересов представителей домашних хозяйств.

Ключевые слова: регион, потребительская деятельность, малый город, локальные рынки, социально-территориальные структуры, домашнее хозяйство

SMALL CITY AS OBJECT OF REGIONAL ECONOMY AND SOCIAL AND ECONOMIC ENVIRONMENT OF REALIZATION OF CONSUMER ACTIVITY OF HOUSEHOLDS

Nanakina Yu.S.

Polar branch «Leningrad State University of A.S. Pushkin», Norilsk, e-mail: artamon3@yandex.ru

The perspective of studying of social and economic features in behavior of consumers as major factor of formation of consumer demand, is rather urgent at any stage of development of society and relations of production. Today it is necessary to differentiate differently consumer behavior depending on territorial, economic, social, psychological and other conditions of formation of the main preferences, tendencies, tastes, consumption opportunities. Russia is the country territorially extensive territory with the population living often in the small cities. And therefore the small city is one of external conditions of formation of consumer activity of households. On by this fact it is necessary to notice that demand becomes almost only realization of local production and an effective social infrastructure. Therefore the consumer activity realized in this territory has a number of features which are connected as territorial isolation, and with specifics of consumer behavior of the population (households). It affects sufficiently efficiency directly of the most consumer activity and efficiency of influence of external and internal conditions, policy, infrastructure. Subjects of a macroeconomic circulation have to consider these features for the purpose of creation of own development strategy and the accounting of requirements and interests of representatives of households.

Keywords: region, consumer activity, small city, local markets, social and territorial structures, household

Регион как особая территория включает в себя несколько определяющих характеристик. Регион можно рассматривать как совокупность географических параметров и факторов, то есть комплекс, включающий климатические условия, религиозные объединения, этнические влияния и другие социально-экономические составляющие, которые, воздействуют на специфику потребительской деятельности [5, с. 74–75]. Поэтому учет потребительского поведения домашних хозяйств для крупных и малых компаний будет особенно необходимым фактором развития на локальной территории, обусловленной совокупностью предпочтений, вкусов, требований, ценностей, культуры и доходов населения как главной единицы формирующей спрос. В России, территория представлена во многом множеством малых городов («Глубинки», «Периферия», «Поселок городского типа», «Депрессивные регионы и города»).

Регион является одним из видов социально-территориальной структуры. Со-

циально-территориальная общность – это группа людей, проживающих на определенной территории, между которыми возникают социально-культурные связи благодаря однородности объективных условий их жизнедеятельности [5, с. 75]. Поэтому к данным факторам можно отнести: территориальные, климатические, социальные и культурные, которые обязательно необходимо учитывать при формировании и развитии потребительской деятельности домашних хозяйств, так как они формируют новый образ и модель потребления в целом. Неоднозначным является вопрос о том, что сам малый город может носить в себе некую совокупность особенностей связанных с отраслевой направленностью, уровнем жизни, «территориальной фактурностью».

Исходя из данных особенностей, которые присущи региону и городу как территориальным единицам, следует выработать рабочие определения потребительской деятельности. Это макросистема потребительской деятельности, мезосистема потребительской деятельности и это локальные системы организации и реализации потребительской деятельности в рамках домашних хозяйств. Данный аспект говорит об уровневой характеристике потребительских процессов.

Малый город как административная единица. Сегодня в России насчитывается около тысячи малых городов, с численностью населения до 100 тыс. жителей. Они составляют 4/5 всех российских городов, или 1/3 городских поселений, включая поселки городского типа. Если мы будем говорить о малом городе как официальной административной единице, то здесь мало отражается доходная, территориальная и другая специфика малого города. Например, различия потребительской деятельности в поселке городского типа, городе депрессивного региона и «пристоличных городах» будут явно выражены. Однако существуют и особенности типичного характера, которые будут присущи потребительской деятельности в городах по схожим параметрам.

Современные малые города можно классифицировать и по таким основаниям, как города – местные центры, города-спутники, города – специализированные центры [1]. Следует заметить, что в России выделяется до 55 % малых городов с развитой экономической базой, 44 % малых городов с локально развитыми промышленными, отраслевыми и инфраструктурными функциями (сельское хозяйство, моногород, города Крайнего Севера), а также группы городов с социально-культурной направленностью (туризм, исторический образ, типа «Город-герой»). Иной группой можно выделить города-новостройки, города – научные центры и другие группы, которые формируют основные тенденции потребительских предпочтений.

Многие малые города до сих пор могут выполнять важные функции в масштабах страны: 59 % малых городов выполняют агропромышленную функцию, 76 % – промышленную, 72 % – транспортную, 32 – рекреационную, 22 % – обслуживают крупные города. В этом видится особая роль малого города как экономической основы, социальной или культурной ориентации, условием на значительную занятость домашних хозяйств в сельскохозяйственной сфере. Это обеспечивает значительное качественное направление в организации собственной потребительской деятельности в рамках локальной территории.

В итоге можно сгруппировать основные социально-экономические проблемы/пробелы, которые присущи малым городам как особым территориальным единицам с ориентацией на потребительскую деятельность:

– низкий уровень экономико-промышленной и социальной инфраструктуры;

– недостаточная техническая оснащенность торговых, промышленных и иных объектов, обеспечивающих полноценную потребительскую деятельность;

– проблемы с занятостью населения, связанные с мононаправленностью города;

– низкий уровень сервиса в области организации потребления;

– отсутствие полного использования собственных ресурсов и мощностей в качестве дополняющего фактора развития (многие города не используют значительную долю рекреационных или отраслевых возможностей);

– потеря навыков населения в реализации самобытных ресурсов и видов труда на собственной территории;

– диспропорции в развитии материальной и нематериальной отраслей города;

– низкий уровень жилищно-коммунального хозяйства;

– недостаточный уровень внешних и внутренних вложений и взаимодействие в городами-соседями;

– территориально-природные особенности реализации потребительской деятельности.

Далее следует отметить особенности функционирования малых городов с точки зрения воспроизводственного подхода [4, с. 84]:

– формирование мотивационных механизмов к экономической деятельности и фондов потребления и накопления;

– положение массовой невостребованности рабочей силы вследствие обвальности производства;

– домашние хозяйства традиционно имеют интерес к личному подсобному хозяйству, «домашнему производству», вбирая в себя некоторые функции различных отраслей экономики;

– в малых городах наблюдается двойственность ситуации: с одной стороны, развитие конкуренции, например, в розничной торговле, с другой стороны, усиление локальных, искусственно созданных монополий, что накладывает свой отпечаток на организацию потребительской деятельности;

– необходимость исследования процесса аллокации ресурсов.

Доходы городских домашних хозяйств складываются в основном из заработной платы и пенсий. В то же время различные пособия, субсидии, компенсации и льготы указываются в качестве одного из основных, хотя и не первого, источника доходов. Городские жители тратят почти половину своих средств на приобретение продуктов питания. Личное подсобное хозяйство продолжает сохранять определенную значимость как средство самообеспечения.

Рассмотрим аналитическую составляющую факторной зависимости потребительских процессов через оценку социально-экономических показателей функционирования потребительского рынка г. Норильска, например.

Значительно влияющим фактором изменения товарооборота в денежном выражении является рост уровня цен, который можно проследить на динамике изменения розничного товарооборота, где 58 % в среднем приходится на торговлю непродовольственными товарами. В 2013–2015 гг. ожидается, что потребительский рынок сохранит положительную динамику развития: 2014/2013/2015 гг. – 104,2 % (подробнее см. табл. 1) [6, с. 19].

Темпы роста оборота общественного питания в сопоставимых ценах составили: в 2013 году – 108,2 %, в 2014 году – 107,3 %, в 2015 году – 106,8 %. В действующих ценах: в 2013 году – 113,4 %, в 2014 году – 111,4 %, в 2015 году – 110,9 % [6, с. 20]. В данном случае следует заметить, что динамика показателей общественного питания отрицательная (подробнее см. табл. 2).

В 2013–2015 гг. услуги общественного питания предприятиями муниципальной форы собственности оказываться не планируются.

Объем платных услуг, оказанных населению, составил в 2013 году 18 482,8 млн руб., (105,5 % в сопоставимых ценах к предыдущему году), в 2014 году 21117,3 млн руб. (106,4 %), в 2015 г. 24061,0 млн руб. (106,6 %) (подробнее см. в табл. 3).

Как мы видим, намечена тенденция номинального роста объема реализации платных услуг населению. Главным фактором роста выступает ценовая составляющая. Повышение объема платных услуг в сопоставимых ценах происходит по причине увеличения объемов потребления [6, с. 21].

Таблица 1

Динамика объема оборота розничной торговли

Наименование показателя	Ед. изм.	2013	2014	2015
Оборот розничной торговли	млн руб.	37 194,3	40 423,0	43 805,6
Темп роста в действующих ценах	%	110,1	108,7	108,4
Темп роста в сопоставимых ценах	%	104,9	104,2	104,2
Оборот розничной торговли организаций муниципальной формы собственности	млн руб.	0,0	0,0	0,0
Темп роста оборота розничной торговли организаций муниципальной формы собственности в сопоставимых ценах	%	100	100	100
Доля розничной торговли организаций муниципальной формы собственности в общем обороте розничной торговли	%	0,0	0,0	0,0

Таблица 2

Динамика оборота общественного питания

Наименование показателя	Ед. изм.	2013	2014	2015
Оборот общественного питания	млн руб.	4 344,8	4 839,6	5 370,3
Темп роста в действующих ценах	%	113,4	111,4	110,9
Темп роста в сопоставимых ценах	%	108,2	107,3	106,8

Таблица 3

Динамика объема платных услуг, оказанных населению

Наименование показателя	Ед. изм.	2013	2014	2015
Объем платных услуг, оказанных населению	млн руб.	18 482,8	21 117,3	24 061,0
Темп роста в действующих ценах	%	114,2	114,3	113,9
Темп роста в сопоставимых ценах	%	105,5	106,4	106,6
Объем платных услуг, оказанных населению организациями муниципальной формы собственности	млн руб.	552,8	552,8	552,8

За анализируемый период в структуре платных услуг, предоставляемых населению муниципального образования г. Норильск, доля жилищных и коммунальных услуг составляет 11,62 % и 14,99 % от общей суммы платных услуг соответственно. В силу территориальной отдаленности и суровых климатических условий на территории муниципального образования г. Норильска услуги пассажирского транспорта и услуги связи являются наиболее востребованными населением. Транспортные услуги составляют 28,4 % от общей суммы платных услуг, услуги связи 17,52 %, услуги образовательных учреждений 5,75 %, бытовые услуги 3,38 %, медицинские услуги 2,61 %, туристические 0,95 %, удельный вес остальных видов услуг от 1,32 % (учреждения культуры, физической культуры и спорта, а также услуги ветеринарные и правового характера) в общем объеме платных услуг.

Итак необходимо сделать основные выводы. Выделим отрицательные и положительные факторы/тенденции в развитии потребительской деятельности. Отрицательными факторами развития потребительского рынка в целом и потребительской деятельности в частности являются ряд социально-экономических и иных факторов. Такие факторы, как территориальная отдаленность от крупных городов, ограниченный период летней навигации (когда основная часть грузов переправляется морским и речным транспортом), климатические условия, ассортимент и качество продуктов питания, инфраструктурные и сервисные составляющие, что снижает качество и содержание потребительской деятельности как необходимого элемента воспроизводственного цикла домашних хозяйств.

Развитию торговли, общественного питания и потребления населения (например, в северных регионах страны, в частности г. Норильске и Норильском промышленном районе) будет способствовать активизация товарного предложения отечественной продукции, что связано с ростом курсов иностранных валют и удорожанием импортных товаров, развитие индивидуального подхода к организации и обслуживанию потребительских процессов («доставка на дом», «под заказ»), использование локально-территориальных продуктов питания (рыба, мясо оленя и др.). Но основным фактором, обеспечивающим рост продаж, является платежеспособный спрос населения, который определяется денежными доходами, которые формируются на определенной территории (заработная плата, дополнительная занятость, государственные и региональные трансферты).

Список литературы

1. Аксенова М. Роль малых городов в устойчивом развитии страны на примере Московской области // Круглый стол «Развитие малых городов как фактор регионального развития», проведенный Министерством регионального развития РФ 26 января 2007 г.

2. Лаппо Г.М. География городов: Учеб. пособие для геогр. ф-тов вузов. – М.: Гуманит. Изд. Центр ВЛАДОС, 1997. – С. 212–213.

3. Малые города Ивановской области: социально-экономический анализ и перспективы: Монография / Под ред. и рук. Б.Д. Бабаева – Иваново: ИвГУ, 2006. – С. 6–21.

4. Нанакина Ю.С. Специфика потребительской деятельности домашних хозяйств в особых территориальных условиях (на примере малых городов Крайнего Севера) [текст]: монография / Ю.С. Нанакина. – Барнаул: «Си-пресс», 2015. – 129 с.

5. Нанакина Ю.С. Образ потребительской деятельности домашних хозяйств в особых региональных условиях // Научный поиск. – 2014. – № 4(14). – С. 73–77.

6. Фешина А.Г. Прогноз социально-экономического развития муниципального образования город Норильск на 2013–2015 гг. – Норильск, 2012. – 45 с.

References

1. Aksenova M. Rol malyh gorodov v ustojchivom razvitii strany na primere Moskovskoj oblasti // Kruglyj stol «Razvitie malyh gorodov kak faktor regionalnogo razvitija», provedennom Ministerstvom regionalnogo razvitija RF 26 janvarja 2007 g.

2. Lappo G.M. Geografija gorodov: Ucheb. posobie dlja geogr. f-tov vuzov. M.: Gumanit. Izd. Centr VLADOS, 1997. pp. 212–213.

3. Malye goroda Ivanovskoj oblasti: socialno-jekonomicheskij analiz i perspektivy: Monografija / Pod red. i ruk. B.D. Babaeva Ivanovo: IvGU, 2006. pp. 6–21.

4. Nanakina Ju.S. Specifika potrebitelskoj dejatelnosti domashnih hozjajstv v osobyh territorialnyh uslovijah (na primere malyh gorodov Krajnego Severa) [tekst]: monografija / Ju.S. Nanakina. Barnaul: «Si-press», 2015. 129 p.

5. Nanakina Ju.S. Obraz potrebitelskoj dejatelnosti domashnih hozjajstv v osobyh regionalnyh uslovijah // Nauchnyj poisk. 2014. no. 4(14). pp. 73–77.

6. Feshina A.G. Prognoz socialno-jekonomicheskogo razvitija municipalnogo obrazovanija gorod Norilsk na 2013–2015 gg. Norilsk, 2012. 45 p.