

на региональных потребительских рынках позволяют:

- ускорить обработку информации за счет максимального приближения средств обработки данных к местам ее возникновения и использования;
- обеспечить работников органов власти, руководителей предпринимательских структур, общественные организации и потребителей оперативной информацией;
- создать многоуровневый интегрированный банк данных и обеспечить диалоговый режим общения пользователя с системой через автоматизированные рабочие места, сократить время поиска информации, увеличить скорость ее обработки;
- автоматизировать функции контроля на всех уровнях взаимодействия предпринимательских структур на потребительском рынке.

### **РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

Омаров М. М.

*Новгородский государственный университет  
имени Ярослава Мудрого  
Великий Новгород, Россия*

В настоящее время глобализация экономики представляет собой процесс накопления структурных сдвигов и поэтапного формирования целостного, взаимосвязанного и взаимозависимого всемирного хозяйства, отдельные звенья которого связаны финансово-экономическими, производственно-техническими, информационными и другими потоками. Принято считать, что глобализация – это верхняя ступень интернационализации всех производительных сил, которые в системе международных экономических отношений пронизывают все национальные экономики, укрепляя при этом экономическую целостность мира.

Глобализация обеспечивает рост национальных экономик на основе достижений научно-технического прогресса, а также рост эффективности международного разделения труда и интеграции мировых рынков. В основе современной глобализации лежит международная торговля товарами, услугами и технологиями и поэтому она направлена на снижение государственных барьеров на пути движения товаров, услуг, капиталов, информации. Однако, как показывают наши исследования, ее влияние на систему воспроизводства неравномерно. В связи с этим основные структурные факторы глобализации нами объединены в четыре группы: в сфере потребления, в сфере обращения, в банковской и финансовой сфере и в сфере производства.

К основным факторам глобализации экономики в сфере потребления нами отнесены:

- повышение уровня жизни населения, как отдельного региона, так и страны в целом;
- постоянный рост и обновление потребностей населения;
- увеличение доли услуг в ВВП, изменение инфраструктуры рынка товаров (услуг);
- повышение потребительских стандартов;
- информатизация потребления;
- повышение мобильности населения;
- расширение системы потребительского кредитования.

К основным факторам глобализации экономики в сфере обращения мы относим:

- динамичное развитие информационной и телекоммуникационной инфраструктуры потребительских рынков;
- развитие внутриотраслевого характера обмена в сфере мировой торговли (обмен полуфабрикатами);
- повсеместное распространение глобальных торговых сетей и иностранных торговых компаний.

К факторам глобализации в банковской и финансовой сфере относятся:

- проникновение на региональные потребительские рынки капиталов разных стран и укрепление взаимосвязей национальных экономик;
- формирование международных организаций, действующих на грани выхода из-под контроля мирового рынка (ВТО, МВФ, ВБРР);
- либерализация трансграничных операций с капиталом;
- массовый выход российских компаний на международные рынки;
- ускоренное развитие финансовых рынков.

К основным факторам глобализации экономики в сфере производства нами отнесены:

- интернационализация производства и финансов предпринимательских структур, действующих на потребительских рынках;
- формирование транснациональных корпораций, препятствующих государствам и международным организациям преодолевать их кризисное развитие;
- изменение критериев эффективности деятельности предпринимательских структур;
- развитие многоукладности производства, изменение производственно-технологических и организационных структур производства;
- обострение конкуренции на региональных потребительских рынках за счет увеличения влияния нерыночных факторов;
- углубление специализации и международного разделения труда, стимулирующих устойчивый экономический рост производства и повышение производительности труда;

- экономия на масштабах производства за счет сокращения издержек и снижения цен;
- внедрение инноваций и нововведений на уровне потребительских рынков;
- повышение значимости устойчивости компании и возможности доступа к ресурсам;
- усиление монополистических и олигополистических тенденций на рынке;
- интенсивная капитализация компаний;
- изменение конфигурации потоков стоимости.

Наши исследования показывают, что тенденции и процессы глобализации оказывают влияние и на динамику развития российского потребительского рынка. В сложившихся условиях российскому потребительскому рынку, по нашему мнению, необходимо не только сохранять, но и повышать конкурентные преимущества за счет максимального удовлетворения потребностей потребителей.

Развитие российского потребительского рынка в условиях глобализации предполагает некоторую корректировку спроса и предложения, привнося новые характеристики, наиболее существенными из которых являются:

- развертывание долгосрочных проектов, реализующих сравнительные преимущества российской экономики;
- форсированное открытие внутренних рынков, сопряженное с ростом импорта готовых товаров и свертыванием недостаточно конкурентоспособных перерабатывающих производств;
- сохранение высокой экономической дифференциации населения, препятствующей формированию массового среднего класса и модернизации социальной инфраструктуры;
- формирование «рублевой зоны» и усиление интеграционных процессов на основе реализации крупномасштабных проектов.

Основные задачи развития российского потребительского рынка в условиях глобализации заключаются в обеспечении устойчивого повышения уровня жизни населения, сокращении разрыва в уровне благосостояния с ведущими экономически развитыми странами, снижении социального неравенства, обеспечении всеобщей доступности основных социальных благ (образование, медицинское и социальное обслуживание). Исходя из этого, на наш взгляд, необходимо формирование модели российской экономики, обладающей долгосрочным потенциалом динамичного роста, способной обеспечивать последовательное повышение благосостояния населения, эффективное воспроизводство и модернизацию производственного аппарата, укрепление конкурентоспособности, устойчивости и безопасности страны.

В настоящее время политика демополизации экономики и развития конкуренции на рынках Российской Федерации заключается в повышении эффективности общественного про-

изводства на основе рыночного регулирования экономических процессов. К основным направлениям демополизации и развития конкуренции на потребительском рынке можно отнести следующее:

- анализ сложившихся товарных рынков, поведения на них предпринимательских структур и их объединений;
- формирование необходимых организационно-экономических предпосылок для эффективной конкуренции на рынках Российской Федерации;
- установление и поддержание единого экономического пространства на всей территории страны;
- развитие предпринимательства в системе взаимодействия субъектов регионального потребительского рынка;
- создание правовых и организационно-экономических условий для включения рыночных механизмов оптимизации товаропотоков, формирования цен и тарифов на социально значимые товары и услуги;
- создание системы государственного контроля и регулирования деятельности субъектов естественной и государственной монополии.

В основе современной концепции развития российского потребительского рынка лежит рациональное сочетание государственного регулирования основных народнохозяйственных, межотраслевых, отраслевых, межрегиональных пропорций, а также самостоятельности, инициативы, ответственности предпринимательских структур, удовлетворяющих потребности населения в товарах и услугах. Нахождение равновесия между этими составляющими способствует созданию прочных экономических, социальных, организационных и правовых предпосылок для динамичного и пропорционального развития потребительского рынка.

Потребительский рынок, как любая экономическая система, является синтезом легальной и нелегальной или теневой экономической деятельности. Теневая экономика на потребительском рынке в России достигла огромных масштабов: по официальным данным ее удельный вес в ВВП составляет 25 — 50%, по неофициальным — более 60%.

Исследования показывают, что на рост теневой экономики оказывают влияние следующие моменты: потеря государственными структурами способности к стратегическому и оперативному управлению экономикой; возникновение мафиозно-теневых связей и отношений, стремление нажиться за счет операций типа пирамиды, обмана и вымогательства, широкое распространение личностных, клановых отношений; массовая приватизация собственности; дестимулирующий механизм легальной экономической деятельности, вытесняющий ее в тень; формирование большой доли населения, относимого к категории бедных,

безработных и фиктивно занятых, социального дна, бомжей, беженцев, представляющих собой питательную среду для теневой экономики.

К основным причинам возникновения теневой экономики на потребительском рынке следует отнести разнонаправленное влияние политических, экономических, правовых, социальных, социокультурных и антропологических факторов. Существование теневой экономики свидетельствует о невысокой культуре рыночных отношений, недостаточном законодательно-правовом и нормативном обеспечении, нарушении договоров, влиянии криминальных структур, недостаточности развития инфраструктуры товарных рынков и т. д.

### **СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД**

Пелевина Н.А.

*Филиал ФГОУ ВПО «Северо-Кавказская академия государственной службы»  
Пятигорск, Россия*

Развитие туристско-рекреационного комплекса Кавказских минеральных Вод (КМВ) возможно в двух направлениях.

Первое направление предполагает создание элитного предложения на рынке туристских услуг в соответствии с международными стандартами качества обслуживания и индивидуальными ценами. В рамках данного направления наряду с традиционным для КМВ оздоровительным туризмом целесообразно развитие таких его видов как:

- экологический туризм, требующий создания особых объектов – туристских зон, деревень;

- бизнес-туризм, позволяющий свести к минимуму сезонные колебания туристских потоков и обеспечить круглогодичную загрузку здравниц региона. Он предполагает развитие инфраструктуры, включающей в себя выставочные центры, конгресс-холлы, деловые центры, транспортное сообщение, современные средства связи;

- экстремальный и развлекательный туризм, включающий воздухоплавание, охоту, рыбалку, рефтинг.

Спрос на данный вид турпродукта будет характеризоваться низкой эластичностью, т.е. слабо реагировать на ценовую динамику. Определяющим фактором здесь является качество предоставляемых услуг.

Второе направление ориентировано на формирование предложения, рассчитанного на массового потребителя со средним уровнем комфорта и услуг по более низким ценам. Это направление представлено такими видами туризма

как оздоровительный (прежде всего, курсовочное лечение), семейный, экскурсионный туризм. С этой целью необходимо возрождение системы кемпингов, недорогих мотелей, диетических столовых.

Развитие этих направлений требует значительных инвестиционных ресурсов. В сложившихся современных экономических условиях реальным источником самофинансирования и саморазвития туризма может стать туристская рента как факторный доход от хозяйственного использования туристских ресурсов. Сущность туристской ренты связана с перераспределением монополярной ренты в связи с наличием на территории КМВ уникальных рекреационных ресурсов.

Основной и самой простой формой совокупной туристской ренты, возможной в современных российских условиях, могли бы стать твердые процентные ставки платежей с величины валовой выручки от реализации туристских услуг. Они могут быть дифференцированы по видам деятельности в рекреационной сфере.

За счет туристской ренты целесообразно сформировать фонд, распределение и использование средств из которого должно находиться под контролем Администрации КМВ. Это позволит Администрации КМВ, не обладающей собственными бюджетными ресурсами, выступать не в качестве промежуточной административной структуры, а как полноправному агенту рыночных отношений.

Средства Фонда могут быть использованы для финансирования (софинансирования) мероприятий в рамках реализации рассмотренных выше направлений.

### **О ВЫБОРЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЫЧАГОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Погорелов Д.Б., Пищухин А.М.

*Оренбургский государственный университет  
Оренбург, Россия*

Современный рынок требует от предприятий быстрого реагирования на происходящие изменения. Адекватная же реакция предприятия зависит от грамотного чередования и сочетания экономических рычагов управления, под которыми здесь будем понимать механизмы планирования и обеспечения ресурсами, поощрения и наказания кадров, технического перевооружения, маркетинга и продвижения своей продукции на рынке и т.п. При этом на наш взгляд весьма полезен метасистемный подход к планированию и реализации использования экономических рычагов управления.

Суть его заключена в систематизации матрицы выбора экономических рычагов, одно направление которой отражает иерархичность процесса выбора, а другое его метасистемность.