Статистические методы оценки состояния и перспектив развития социально-экономической политики в сфере потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы :На примере предприятий шаговой (пешеходной) доступности

тема диссертации и автореферата по ВАК 08.00.12, кандидат экономических наук Федосеев, Артем Игоревич
**Год:**

2005

**Автор научной работы:**

Федосеев, Артем Игоревич

**Ученая cтепень:**

кандидат экономических наук

**Место защиты диссертации:**

Москва

**Код cпециальности ВАК:**

08.00.12

**Специальность:**

Бухгалтерский учет, статистика

**Количество cтраниц:**

186

## Оглавление диссертации кандидат экономических наук Федосеев, Артем Игоревич

Введение.

Глава 1. Методологические вопросы статистического исследования реализации социальной политики в сфере потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы.

1.1. Социально-ориентированная экономическая политика по развитию потребительского рынка товаров и услуг в г. Москве как предмет экономико-статистического исследования.

1.2. Статистический анализ уровня доходов и жизни населения столичного мегаполиса.

1.3. Проблемы статистической оценки и мониторинга программы развития потребительского рынка товаров и услуг в г. Москве.

Выводы по первой главе диссертационного исследования.

Глава 2. Экономико-статистический анализ социально-экономической потребности в предприятиях потребительского рынка товаров и услуг шаговой пешеходной) доступности.

2.1. Теоретические основы построения системы показателей потребительского рынка товаров и услуг.

2.2. Методология разработки системы показателей предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности.

2.3. Оценка состояния и перспектив развития социалыю-зпачнмых предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности.

Выводы по второй главе диссертационного исследования.

Глава 3. Статистическое исследование факторов и прогнозирование развития торговой сети предприятий шаговой (пешеходной) доступности.

3.1. Применение факторного и корреляционно-регрессионного анализа для прогнозирования развития розничного оборота торговли, объема платных услуг населению и количества малых предприятий.

3.2. Определение потребности в предприятиях потребительского рынка шаговой (пешеходной) доступности в САО г. Москвы.

Выводы по третьей главе диссертационного исследования.

## Введение диссертации (часть автореферата) На тему "Статистические методы оценки состояния и перспектив развития социально-экономической политики в сфере потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы :На примере предприятий шаговой (пешеходной) доступности"

Актуальность темы. Процессы, происходящие на потребительском рынке на уровне страны или мегаполиса, выступают составной частью процессов развития экономики и политики. Социальная составляющая этих процессов является одной из важнейших задач, которые ставят перед собой Правительство РФ и Правительство г. Москвы. Свидетельством этому является социально-ориентированная экономическая политика государственной деятельности, базирующаяся на концепции социального государства и закрепленная в Конституции РФ (ст. 7). Потребительский рынок товаров и услуг удовлетворяет только платежеспособный спрос. Насыщение рынка потребительскими товарами, несомненно, имеет существенное значение для удовлетворения жизненных потребностей людей и воспроизводства социальной жизни и является объектом внимания государства, поскольку требует обеспечения основных жизненных потребностей той части населения, которая в силу объективных причин не может сделать этого самостоятельно. В этом случае роль социальной политики Правительства заключается в создании экономических и организационныхусловий, позволяющих людям решать проблемы самостоятельно, при явно выраженной поддержке государства.

На потребительском рынке с начала рыночных преобразований в России произошли коренные изменения - торговая сеть выросла более чем в 1,5 раза, появились новые типы магазинов, внедряются прогрессивные формы и технологии организации торговли. В этот же период произошла значительная дифференциация населения по уровню доходов. Большинство предприятийпотребительского рынка товаров и услуг было ориентировано на обслуживание граждан со средним и высоким уровнем доходов, что не отвечает требованиям социально-ориентированной экономической политики, поскольку игнорирует нужды малоимущих слоев общества. Возникла объективная необходимость развития сети предприятий потребительского рынка товаров и услуг, ориентированных на обслуживание социальнонезащищенного населения и функционирующих в непосредственной близости от своих клиентов. Это выдвигает проблему исследования условий формирования и развития сети предприятий торговли и бытового обслуживания, ориентированных на малообеспеченные слои населения и расположенных в местах их проживания шаговой доступности. Решение данной проблемы представляет практический интерес не только для городов-мегаполисов, но и других российских регионов.

Вышеизложенное убедительно свидетельствует об актуальности исследования, посвященного анализу состояния и оценке перспектив развития предприятий потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы шаговой (пешеходной) доступности с использованием статистического и экономико-математического инструментария.

Степень разработанности проблемы. До настоящего времени разработанность проблем использования статистических методов для оценки и прогнозирования направлений и результатов социально-экономической политики в сфере потребительского рынка товаров и услуг г.Москвы находится на уровне формирования концепций развития этого рынка. Отсутствует информация об исследованиях, позволяющих принимать обоснованные решения по управлению процессами развития сети предприятий потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы шаговой (пешеходной) доступности, при наличии объективной потребности в такого рода работах.

Отмеченные проблемы методологического и практического характера обусловили выбор направления исследования, определили объект и предмет исследования.

Объект исследования - предприятия потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы.

Предмет исследования - социально-ориентированная экономическая политика в области развития предприятий розничной торговли шаговой (пешеходной) доступности.

Цель диссертационной работы - исследование состояния и перспектив развития предприятий шаговой (пешеходной) доступности для социально-незащищенного населения г. Москвы.

В соответствии с целью исследования в работе поставлены и решены следующие задачи: v

S выполнен ретроспективный анализ социально-ориентированной экономической политики по развитию потребительского рынка товаров и услуг;

S разработана система показателей предприятий шаговой (пешеходной) доступности, характеризующая новый вид предприятий потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы;

S построены математические модели анализа взаимосвязи среднедушевых денежных доходов и основных социально-экономических показателей, характеризующих уровень жизни населения г. Москвы;

S разработана методика оценки потребности в общей площади предприятий торговой сети и количества посадочных мест предприятий общедоступной сети общественного питания (на примере Северного административного округа (САО) г. Москвы);

S предложена и апробирована методика классификации административно-территориальных округов г. Москвы по социально-экономическим показателям.

Методологической и теоретической основой исследования явились труды ведущих специалистов по статистике, экономическому анализу и экономико-математическому моделированию; законодательные нормативные акты, действующие в Российской Федерации и регулирующие область потребительского рынка; программы и Постановления Правительства г. Москвы; отечественные исследования по проблемам потребительского рынка товаров и услуг в г. Москве.

На результаты исследования значительное влияние оказали труды известных отечественных ученых в области потребительского рынка и товарного обращения: Ю.И.Лболенцева, О.Э.Башиной, И.К.Беляевского, М.Р.Ефимовой, С.Д.Ильенковой, М.В.Карманова, А.АЛитвинюка, Т.В.Князевой, М.Г.Назарова, В.Н.Салина и др.; экономической теории: МЛО.Афанасьева, В.Я.Иохина, Л.И.Иванченко, С.С.Носовой, С.В.Любимцевой, Б.П.Суворова и др.; анализа хозяйственной деятельности: М.И.Баканова, И.М. Дмитриевой, JI.Р.Смирновой, А. Д.Шеремета и др.; экономико-математических методов и моделей: С.А. Айвазяна, 3.В .Алферовой, В.П.Божко, А.М.Дуброва, Т.А.Дубровой, И.И.Елисеевой, Н.Ш.Кремера, В.С.Мхитаряна, Б.Е.Одинцова, А.И.Орлова, А.А.Спирина, Г.П.Фомина и др.

Исследование базируется на основных положениях экономической теории, общей теории статистики, математической статистики, эконометрики, анализа хозяйственной деятельности и др. При выполнении исследования использовались экономико-математические методы и модели, применялись аналитические пакеты прикладных программ: «SPSS», «STATISTICA», электронные таблицы Excel и др.

Информационной базой исследования явились официальные статистические данные Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, открытые данные Минэкономразвития России, Правительства РФ и Правительства г. Москвы, результаты научных публикаций по исследуемой тематике, публикации в периодической печати, Интернете и другие материалы.

Научная новизна работы заключается в оценке состояния и выявлении перспектив развития социально-экономической политики в сфере потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы (на примере предприятий шаговой (пешеходной) доступности), базирующейся на использовании статистических и экономико-математических методов и моделей, а также современных компьютерных технологий обработки информации. Результаты исследования, полученные лично автором, заключаются в следующем:

S уточнено определение предприятия шаговой (пешеходной) доступности, ориентированное на социально-незащищенные слои населения и позволяющее наиболее полно выразить сущность и социальную направленность таких предприятий;

S разработана модель мониторинга программы развития потребительского рынка г. Москвы, использование которой дает возможность проанализировать весь комплекс проблем, обозначенных Правительством г. Москвы;

S выявлены основные тенденции и закономерности развития предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности;

S предложена методика классификации административно-территориальных округов по показателям формирования предприятий потребительского рынка товаров и услуг г.Москвы, применение которой позволяет определять достаточность предприятий торговли шаговой (пешеходной) доступности;

•S апробирована методика моделирования основных социально-экономических показателей на основе регрессионных и тренд-сезонных уравнений по исходным показателям и главным компонентам, дающая возможность анализа и прогнозирования данных показателей;

S разработана методика оценки текущей и перспективной потребности в общей площади предприятий торговой сети и посадочных мест предприятий общедоступной сети общественного питания, позволяющая выявить количественную потребность в предприятиях потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности;

S выявлены критерии оценки оптимальной потребности, на основании которых построена модель определения оптимальной потребности в предприятиях потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы шаговой (пешеходной) доступности, позволяющие получить характеристику состояния развития такого рода предприятий по административным округам г. Москвы;

S предложена методика прогнозирования количества предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности, позволившая уточнить оценку необходимого количества предприятий потребительского рынка товаров и услуг на краткосрочную перспективу.

Практическая значимость исследования. Предложенные методики позволяют проводить комплексный анализ состояния и развития предприятий потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы шаговой (пешеходной) доступности. Их можно использовать государственным органам управления при определении мер по регулированию процессов развития предприятий потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы шаговой (пешеходной) доступности. Рекомендации по применению экономико-математических методов и моделей прогнозирования основных показателей предприятий потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы шаговой (пешеходной) доступности могут быть использованы муниципальными образованиями, предприятиями и организациями разных форм собственности при разработке стратегии бизнеса и расчете финансово-экономических показателей.

Самостоятельное практическое значение имеют:

1. Модель мониторинга программы развития потребительского рынка товаров и услуг в г. Москве, позволяющая выявлять соответствие необходимого уровня развития потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы его фактическому состоянию.

2. Система показателей предприятия розничной торговли шаговой (пешеходной) доступности, позволяющая упорядочить и привести в соответствие с требованиями социальной и экономической статистики формы и толкования исходных данных и расчетных показателей.

3. Классификация административно-территориальных округов г. Москвы по показателю обеспеченности предприятиями потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности, в соответствии с которой можно выделить наиболее типичный административный округ г. Москвы.

4. «Модель оценки» фактического наличия и оптимального количества предприятий потребительского рынка, позволившая осуществить краткосрочный прогноз развития предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности САО г. Москвы.

Апробация результатов исследования. Результаты работы докладывались и обсуждались: на международной научно-практической конференции «Румянцевские чтения. Экономика, государство и общество» (РГТЭУ, 19-20 мая 2004 г.), на международной научно-практической конференции «Национальные традиции в торговле, экономике, политике и культуре» в рамках «Васильевских чтений» (РГТЭУ, 27-28 октября 2004 г.), на международной научно-практической конференции «Румянцевские чтения. Экономика, государство и общество в XXI веке» (РГТЭУ, 20-22 апреля 2005 г.).

Отдельные положения диссертационного исследования используются префектурами: САО г. Москвы, ЦАО г. Москвы; Департаментом потребительского рынка г. Москвы, что подтверждено актами о внедрении.

Результаты исследования используются в учебном процессе в РГТЭУ при проведении занятий по курсам дисциплин: «Эконометрика», «Статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой деятельности», «Статистика коммерческой деятельности», «Статистика рынка товаров и услуг».

Публикации. По теме диссертационного исследования автором опубликовано 6 работ общим объемом 2,0 п.л.

Структура работы. Диссертационная работа изложена на 186 страницах, состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы из 160 наименований, 29 таблиц, 21 рисунка. Приложения представлены отдельным томом.

## Заключение диссертации по теме "Бухгалтерский учет, статистика", Федосеев, Артем Игоревич

Выводы по третьей главе диссертационного исследования.

1. В работе была построена тренд-сезонная модель розничного оборота торговли г. Москвы и на ее основе осуществлено прогнозирование данного показателя. Так, фактическое значение розничного оборота торговли в г.Москве за первое полугодие 2005 г. составило 756912,7 млн. руб. Прогнозное значение тренд-сезонной модели розничного оборота торговли в г. Москве - 724433,4 млн. руб., что свидетельствует о достаточной значимости и адекватности построенной модели.

2. С использованием методов корреляционно-регрессионного анализа были построены модели розничного оборота торговли, объема платных услуг населению, количество малых предприятий в г. Москве.

3. В работе был проведен анализ состояния потребительского рынка САО г. Москвы. Было установлено, что обеспеченность постоянных жителей САО розничной торговой сетью составляет 93,18% от установленного норматива.

4. Разработана методика оценки текущей и перспективной потребности в общей площади предприятий торговой сети и посадочных мест предприятий общедоступной сети общественного питания, позволяющая выявить количественную потребность в предприятиях потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности.

5. Выявлены критерии оценки оптимальной потребности в предприятиях потребительского рынка, на основании которых построена модель определения оптимальной потребности в предприятиях шаговой (пешеходной) доступности, применение которой позволит получить характеристику состояния развития такого рода предприятий по административным округам г. Москвы.

6. Предложена методика прогнозирования количества предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности, на основе которой уточнена оценка необходимого количества предприятий потребительского рынка товаров и услуг на краткосрочную перспективу. При анализе было выявлено, что фактическое наличие предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности в САО определяется величиной 2807 ед. Оптимальное количество данных предприятий должно составлять 5522 ед., при этом переспециализации должно быть подвергнуто 1700 ед.

Заключение

В условиях формирования рыночных отношений новый смысл приобретает понятие социально-ориентированная экономическая политика, которая основывается на концепции социального государства. В конституции РФ (ст. 7) содержится положение о социальном характере нашего современного государства, смысл которого заключается в том, что оно призвано заботиться о создании условий обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека.

В свете вышесказанного необходимо было рассмотреть основные задачи и направления развития социально-ориентированной экономической политики, направленные на прогрессивное развитие социальной сферы жизни общества, на совершенствование условий, образа и качества жизни людей, на обеспечение их жизненных потребностей, оказание им необходимой социальнойподдержки.

Становление социально-ориентированной экономической политики невозможно без понимания процессов происходящих в экономике, поэтому нами был проведен ретроспективный анализ экономического развития России, который позволил рассмотреть смену экономических формаций, переход России от социалистического способа производства к капиталистическому. Были рассмотрены основные макроэкономические показатели и развитие экономики на потребительском рынке за период с 1999 по 2004 год, которые позволили установить выраженную тенденцию роста основных макроэкономических показателей. На основании выявленных тенденций роста были даны прогнозные значения развитию основных макроэкономических показателей.

В работе были рассмотрены особенности г. Москвы на фоне урбанизированных городов и регионов России. Москва входит в группу регионов России, уровень экономического развития которых, можно определить — выше среднего. Мегаполис занимает первое место среди регионов России с уровнем развития экономики выше среднего.

Так как г. Москва занимает особое положение среди регионов России, нами были проанализированы основные социально-экономические показатели г. Москвы на период с 1999 по 2003 гг., а также сделан прогноз развития основных социально-экономических показателей г. Москвы на период с 2004 по 2007 гг. Анализ показал, что потребительский рынок г. Москвы имеет тенденцию роста. Данная тенденция роста вызвана не только благоприятным экономическим положением, но и грамотной нормативно-законодательной политикой, проводимой Правительством г. Москвы в области развития потребительского рынка товаров и услуг, и особенно его социальной составляющей.

Одной, из важнейших, социальной составляющей программ реализуемых Правительством г.Москвы является развитие предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности. Поэтому нами было уточнено определение предприятие шаговой (пешеходной) доступности, ориентированное на социально-незащищенные слои населения и позволяющее наиболее полно выразить сущность, и социальную направленность таких предприятий.

Другой, из важнейших, социальной составляющей программ реализуемых Правительством г.Москвы является стимулирование роста доходов населения. В работе проанализированы доходы и заработная плата как в г. Москве, так и в России в целом. Данный анализ показал, что есть определенная тенденция роста среднедушевых денежных доходов населения г.Москвы. Для оценки среднедушевых денежных доходов населения г. Москвы в работе были построены корреляционно-регрессионные модели. В результате обработки данных получены три модели. Выявлена зависимость среднедушевых денежных доходов от численности пенсионеров, среднего размера назначенных пенсий, среднемесячной номинальной начисленной заработной платы, от среднегодовой стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг.

В целях развития социально-ориентированной экономической политики нами был разработан мониторинг «Целевой программы развития потребительского рынка товаров и услуг в г. Москве на период с 2004 по 2006 гг.». Решение проблем выделенных в мониторинге «Целевой программы развития потребительского рынка товаров и услуг в г. Москве на период с 2004 по 2006 гг.» даст вполне определенный экономический эффект. Прирост физического объема розничного оборота торговли может составить 4,0% и бытовых услуг на 1,5-2,5% в год; снижение среднегодового индекса потребительских цен на товары и услуги с 111,6% в 2004 году до 107,5% в 2006 году; увеличение доли новых и модернизированных предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения в общем количестве предприятий потребительского рынка и услуг на 10-12%; привлечение инвестиционных ресурсов из негосударственных источников (средства предприятий, инвесторов и др.) в развитие инфраструктуры, реконструкцию и строительство предприятий потребительского рынка и услуг в 2004-2006 гг. в объеме не менее 170 млрд.руб.; создание на предприятиях потребительского рынка и услуг 46 тыс. новых рабочих мест; увеличение налоговых поступлений в бюджет г. Москвы от предприятий потребительского рынка и услуг в 2006 году на 27-30% по сравнению с уровнем 2004 года.

В работе рассмотрены преобразования произошедшие за последние 10 лет на рынке товаров и услуг, дана характеристика деятельности предприятий торговли на потребительском рынке, которая позволила выявить особенности функционирования предприятий розничной торговли в современных условиях.

Необходимым условием выявления особенностей функционирования предприятий розничной торговли в современных условиях является разработка системы показателей. Нами была разработана система показателей товарного рынка, которая позволила выделить в особую группу самостоятельно существующий потребительский рынок товаров и услуг. Таким образом потребительский рынок товаров и услуг в нашем исследовании рассматривается как сегмент общего товарного рынка, на котором представлена реальная конкуренция, определяющая соотношение объемов спроса и предложения.

На основании вышесказанного было выявлено, что состояние потребительского рынка играет важную роль в социально-экономическом развитии страны, в частности в г. Москве. В связи с этим была разработана система показателей предприятия потребительского рынка шаговой (пешеходной) доступности, которая включает в себя 12 блоков экономической направленности и 3 блока социально-демографической направленности, т.к. предприятие потребительского рынка шаговой (пешеходной) доступности является объектом социальной направленности нацеленное на обслуживание малоимущего населения г. Москвы.

В работе был проанализирован существующий норматив потребности в торговых площадях, установленный в квадратных метрах торговой площади на 1000 жителей населенного пункта. Выявлено, что существующая практика установки нормативов малопригодна для г. Москвы, т.к. существует большая миграция городского населения и миграция населения из других регионов.

Для решения проблемы малопригодности существующих нормативов, нами была предложена формула для расчетов потребности в предприятиях шаговой доступности, в которой в качестве учетной единицы использовался не показатель 1 житель, а показатель - 1 условный покупатель, т.к. с точки зрения элементарной логики, торговая сеть обслуживает покупателей, а не жителей какой-то конкретной территории.

На основании предложенной формулы были проведены следующие расчеты: численность условных покупателей по округам г. Москвы; обеспеченность населения и условных покупателей торговыми площадями по административным округам г. Москвы; интенсивность использования торговых площадей по округам г. Москвы.

По полученным показателям потребительского рынка г. Москвы нами был проведен кластерный анализ административных округов г. Москвы по обеспеченности предприятиями потребительского рынка, который позволил выявить наиболее типичный административный округ г. Москвы, на основе разработанных критериев типичности. Северный административный округ (САО) г. Москвы был определен как типичный.

Проведенный анализ по административным округам г. Москвы, позволил установить наличие и состав предприятий потребительского рынка товаров и услуг, а также выявить неравномерность и хаотичность распределения данных предприятий, кроме того, несоответствие нормам и потребностям потребительского рынка.

Для нормализации размещения предприятий потребительского рынка, а также оптимальной численности по административным округам г. Москвы, был предложен алгоритм, который позволил провести корректировку размещения предприятий потребительского рынка.

В работе была построена тренд-сезонная модель розничного оборота торговли г. Москвы и на ее основе осуществлено прогнозирование данного показателя. Так, фактическое значение розничного оборота торговли в г.Москве за первое полугодие 2005 г. составило 756912,7 млн. руб. Прогнозное значение тренд-сезонной модели розничного оборота торговли в г. Москве - 724433,4 млн. руб., что свидетельствует о достаточной значимости и адекватности построенной модели.

С использованием методов корреляционно-регрессионного анализа были построены модели розничного оборота торговли, объема платных услуг населению, количество малых предприятий в г. Москве.

В работе был проведен анализ состояния потребительского рынка САО г. Москвы. Было установлено, что обеспеченность постоянных жителей САО розничной торговой сетью составляет 93,18% от установленного норматива.

Разработана методика оценки текущей и перспективной потребности в общей площади предприятий торговой сети и посадочных мест предприятий общедоступной сети общественного питания, позволяющая выявить количественную потребность в предприятиях потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности;

Выявлены критерии оценки оптимальной потребности в предприятиях потребительского рынка, на основании которых построена модель определения оптимальной потребности в предприятиях шаговой (пешеходной) доступности, применение которой позволит получить характеристику состояния развития такого рода предприятий по административным округам г. Москвы;

Предложена методика прогнозирования количества предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности, на основе которой уточнена оценка необходимого количества предприятий потребительского рынка товаров и услуг на краткосрочную перспективу. При анализе было выявлено, что фактическое наличие предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности в САО определяется величиной 2807 ед. Оптимальное количество данных предприятий должно составлять 5522 ед., при этом переспециализации должно быть подвергнуто 1700 ед.

- < Предложенные в работе методики по направлению формирования предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности будут способствовать совершенствованию механизма реализации социально-экономической политики в мегаполисе.

## Список литературы диссертационного исследования кандидат экономических наук Федосеев, Артем Игоревич, 2005 год

1. ГОСТ Р 51773-01 «Розничная торговля. Классификация предприятий» \\Сборник нормативных документов, регламентирующих предоставление услуг розничной торговли. Минторг России. М.: Легкая промышленность и бытовое обслуживание, 2000.

2. ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения» \\Сборник нормативных документов, регламентирующих предоставление услуг розничной торговли, Изд-во Минторга России. М: Легкая промышленность и бытовое обслуживание, 2000.

3. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 16 сентября 1997 г. № 683-ПП «О проектных предложениях по развитию малого предпринимательства в «спальных» районах города Москвы».

4. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 31 марта 1998 г. № 248-ПП «О состоянии и мерах по развитию бытового обслуживания населения Москвы в 1999-2000 гг.».

5. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 13 февраля 2001 г. № 150-ПП «О создании социально-ориентированной розничной торговой сети».

6. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 14 мая 2002 г. № 359-ПП «Об итогах развития потребительского рынка товаров и услуг г. Москвы в 2001 году и основных направлениях на 2002-2003 годы».

7. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от И июня 2002 г. № 429-ПП «О Концепции и основных направлениях Городской целевой программы по обеспечению субъектов малого предпринимательства нежилыми помещениями на 2002-2010 годы».

8. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 18 июня 2002 г. № 467-ПП «О мерах по сдерживанию роста цен на товары и услуги в городе Москве».

9. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 13 мая 2003 г. № 344-ПП «Об упорядочении организации работы и размещения объектов хмелкорозничной сети на территории города Москвы».

10. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 29 июля 2003 года № 632-ПП «Об основных направлениях реализации социальной политики в сфере потребительского рынка товаров и услуг города Москвы до 2006 года».

11. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 30 декабря 2003 года № 1109-ПП «О предварительных итогах выполнения Программы Правительства Москвы за 2003 год и Программы Правительства Москвы на 2004 год».

12. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 27 января 2004 г. № 29-ПП «Об очередных мерах по упорядочению работы и размещению объектов мелкорозничной сети на территории города Москвы».

13. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 7 декабря 2004 г. № 865-ПП «О мерах по развитию в Москве сети предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности на 2005-2007 годы».

14. Комплексная программа развития и поддержки малого предпринимательства в Северном административном округе г. Москвы на 2004-2006 гг.

15. Айвазян А., Борисова СВ., Лакалин Э.А. Макаров В.Л. Эконометрическая модель экономики России для целей краткосрочного прогноза и сценарного анализа. - М.: ЦЭМИ РАН, 2001. - 34 с.

16. Айвазян А., Мхитарян B.C. Прикладная статистика и основы эконометрики. - М.: ЮНИТИ, 1998.

17. Афанасьев М.Ю., Суворов Б.П. Исследование операций в экономике: Учебное пособие.-М.: Инфра-М, 2003. -444с. ISBN 5-16-001580-9

18. Афанасьев М.Ю. Количественный анализ спроса на агрегированный продукт. - М.: ЦЭМИ, 1999. - 83с. ил.

19. Баканов М.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. - М.: Экономика, 1990. - 3501.с.

20. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. - М.: Финансы и статистика, 2002. - с.320. ISBN: 5-279-02220-9

21. Беляевский И.К. Методология статистического исследования розничного товарооборота. - М.: МЭСИ, 1979. - 93с.

22. Беляевский И.К. Население и товарооборот: Тенденции и взаимосвязи. - М.: Статистика, 1980. - 144 с.

23. Березин И.С. Маркетинг и исследование рынков. - М.: Русская деловая лититература, 1999.

24. Большая Советская Энциклопедия. (В 30 томах.)/ Гл. ред. A.M. Прохоров. Изд. 3-е. - М.: «Советская Энциклопедия», 1978.

25. Боярский А.Я. Режим воспроизводства населения и состав семьи // В кн. Проблемы демографической статистики. - М.: Наука, 1968.

26. Брагин Л.А., Данько Т.П. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация. - М.: Инфра-М, 2002.

27. Бухгалтерский учет в торговле/ Под ред. М.И. Баканова. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 576с. ISBN 5-279-02248-9

28. Бухгалтерский учет в рыночной экономике: Учеб. пособие/ 3. Рахман, А.Д. Шеремет. - М.: Инфра-М, 1996. - 271с. ил.

29. Войцеховский О.А. Экономичный супермаркет - будущее российской розничной торговли Витрина, 2000. - №1 с.28-30.

30. Вопросы статистического оценивания и сравнения в экономических исследованиях:Учеб. пособие/ ВС. Мхитарян, ЛИ. Трошин. - М.: МЭСИ, 1986.-112с. ил.

31. Дмитриева И.М. Бухгалтерский учет и аудит: Учеб. пособие. - М.: ФБК- Пресс, 2002. -216с. ISBN: 5-88103-076-1

32. Дубров A.M., Мхитарян B.C., Трошин Л.И. Многомерные статистические методы. - М.:Финансы и статистика, 2000. - 24с. ISBN 5-279-01945-3

33. Дубров A.M. Анализ статистических связей в одномерном и многомерном анализе: Учеб. пособие. - М.: МЭСИ, 1980. - 105с.

34. Дубров A.M. Компонентный анализ и эффективность в экономике: Учебное пособие. - М.: МЭСИ, 2002. - 352с. ISBN: 5-279-02430-9

35. Дубров A.M. Решение социально-экономических задач методами факторного и компонентного анализа: Учеб. пособие. - М.: МЭСИ, 1990. -96с.

36. Дубров A.M. Множественная регрессия в экономике при плохо обустроенных матрицах плана: Учеб. пособие. - М.: МЭСИ, 1992. - 45с.

37. Дуброва Т.А. Статистические методы прогнозирования. - М.: Юнити- Дана, 2003 - 208с. ISBN 5-238-00497-4

38. Журавков В.Т. Регулирование развития розничной торговой сети в крупном городе/ Автореф. дисс. канд. экон. наук. - М.: 2000.

39. Иванченко Л.И., Гневко В.А. Организационные и правовые приоритеты управления региональной экономикой. - СПб.: ИУиЭ, 1998. - 120с.

40. Ильенкова Д. Экономико-статистический анализ. - М.: ЮНИТИ, 2002. - 215с. ISBN 5-238-00334-х

41. Инновационный менеджмент: Учеб.-практ. пособие/ Д. Ильенкова, В.И. Кузнецов, СЮ. Ягудин. - М.: МЭСИ, 1999. - 75с. ч ---t.

42. Информационные технологии в статистике: Учеб. для вузов/ В.П. Божко, А.Н. Романов, Г.П. Гримренко и др., Под ред. А.Н. Романова, В.П. Божко. - М.: Финстатинформ, 2002. - 205с. - ISBN 5-7866-0161-7

43. Иохин В.Я. Экономическая теория. - М.: Экономисть, 2004. - 861с. ISBN 5-98118-068-4

44. Иохин В.Я. Экономическая теория: введение в рынок и микроэкономический анализ: Учеб. - М.: Инфра-М, 1997. - 510с.

45. Исследование операций в конкретных ситуациях/ М.Ю. Афанасьев, Б.П. -М.:ТЕИС, 1999.-861.с.

46. Калькуляция издержек обращения в торговле: Учеб. пособие/ М.И. Баканов, СМ. Капелюш, - М.: Экономика, 1987. - 2061.с.

47. Кобелев Н.Б. Основы имитационного моделирования сложных экономических систем. - М.: ДЕЛО, 2003. - 335с.

48. Компьютеризация аудиторской деятельности: Учеб. пособие/ А.Н. Романов, Б.Е. Одинцов. - М.: Аудит, 1996. - 2691.с. ил.

49. Концепция развития внутренней торговли товарами народного потребления Министерства торговли Российской федерации \\Торговая газета, 7 января 2000. Российская торговая энциклопедия в 5-ти тт. Т.З М.: РООИи П, 1999.

50. Корреляционный и регрессионный анализ: Учеб. пособие/ Л.И. Трошин, B.C. Мхитарян; Под ред. И. Г. Венецкого. - 2-е изд. - М.: МЭСИ, 1981. — 121с. граф.

51. Краткий курс торгового предпринимательства: Учебное пособие/ Кол. авт. - М.: МГУК, 2001. - 208с.

52. Кремер Н.Ш., Путко Б.А. Эконометрика/ Под ред. Н.Ш. Кремера. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. -311с.

53. Курс социально-экономической статистики: Учеб. для вузов/ Под ред. М.ГНазарова. - М.:Финстатинформ, 2002. - 976 с. ISBN-5-7866-0021-1

54. Ленин В.И., Поли. собр. соч., 5 изд., т.42, с. 278.

55. Любимцева СВ. Трансформация экономических систем: монография. — М.: Экономисть, 2003. -433с. ISBN 5-98118-051-Х

56. Макроэкономическая статистика: Учеб. пособие/ Салин В.Н., Медведев В.Г. - М.: Дело, 2001. - 336с.

57. Малое предпринимательство в России 2004 год.: Статистический сборник. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). -М.: 2004.-158 с.

58. Маркс К. и Энгельс Ф., Соч., 2 изд., т. 13, с. 6.

59. Москва 1992-2002 гг.: Краткий статистический справочник. Московский городской комитет государственной статистики. - М.: 2003.

60. Московский статистический ежегодник 2002.: Статистический сборник. Госкомстат РФ, Московский городской комитет государственной статистики. - М.: 2002.

61. Носова С. Экономическая теория: Учебник. - М.: Владос, 1999. - 520с.

62. Носова С. Экономический контроль. Сущность и формы проявления. — М.: Экономика, 1991.- 1761.с.

63. Общая теория статистики/ Под ред. И.И. Елисеевой. - 4-е изд.- М.: Финансы и статистика, 1998.

64. Общая теория статистики: Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности: Учебник / Под. ред. О.Э. Башиной, А.А. Спирина. - 5-е изд., доп. и перераб. - М.: Финансы и статистика, 2003.-440 с : ил.

65. Общая теория статистики: Учеб./ М.Р. Ефимова, Е.В. Петрова, В.Н. Румянцев. - 2-е изд. - М.: Инфра-М, 1999. - 412,1. с. ил.

66. Ожегов СИ. Словарь русского языка: 70000 слов/ Под ред. Н.Ю. Шведовой. - 23-е изд., испр. - М.: Рус. яз., 1990. - 917 с. ISBN 5-200-01088-8

67. Орлов А.И. Эконометрика: Учебник. - М.: 2004. - 576с. ISBN 5-472- 00035-1

68. Орлов А.И. Устойчивость в социально-экономических моделях. — М.: Наука, 1979.-296с.

69. Основы алгоритмизации: Учеб. пособие/ З.В. Алферова, СВ. Дробин. — М.:МЭСИ, 1985.-83с.

70. Основы построения АСУ в торговле: Учеб. пособие/ А.А. Спирин. - М. 1983.-47с. ил.

71. Плис А.И., Сливина Н.А. Практикуем по прикладной статистике в среде SPSS. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 288 с : ил.

72. Показатели статистики внешнеэкономических связей: Учеб. пособие/ Т.В. Князева, К.Ю. Лупанов. - М.: МЭСИ, 1991. - 98с.

73. Прикладная статистика. Основы эконометрики: Уч.: В 2т. т.1:Теория вероятностей и прикладная статистика. - 2-е изд., испр. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. - 656с. ISBN 5-238-00304-8

74. Прикладная статистика и основы эконометрики - Applied statistics and essentials of econometrics: Учеб./ CA. Айвазян, B.C. Мхитарян - M.: ЮНИТИ, 1998. - 1022c. ил.

75. Применение многомерного статистического анализа в экономических исследованиях: Учеб. пособие/ Под ред. И.Г. Венецкого. - М.: МЭСИ, 1981.-120с. ил.

76. Рентабельность торговли и резервы ее повышения/ Кол. авт. - М.: Экономика, 1978.-215с. ил.

77. Романов А.Н., Одинцов Б.Е. Автоматизация аудита. - М.: Аудит, 1999. — 336с. ISBN: 5-238-00054-5

78. Сборник задач по исследованию операций: Учеб. пособие/ А.Б. Аронович, М.Ю. Афанасьев, Б.П. Суворов. - М.: 1997. - 2521.с. ил.

79. Сборник нормативных документов, регламентирующих предоставление услуг розничной торговли. Минторг России. - М.: Легкая промышленность н бытовое обслуживание, 2000.

80. Сводка и группировка материалов статистического наблюдения: Учеб./ Т.В. Рябушкин, М.Р. Ефимова. - М.: МИУ, 1980. - 27с.

81. Совершенствование статистической информационной системы России на современном этапе развития экономики/ В. П. Божко. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 971.с. ил.

82. Соломатин А.Н. Экономика и организация деятельности торговых предприятий. - М.: Инфра-М, 2001.

83. Социальная статистика: Учебник/ Под ред. М.Г. Назарова. - М.: ч. Финансы и статистика, 1988. - 319 с.

84. Социальная статистика: Учебник/ Под ред. И.И. Елисеевой. - 3-е изд., перераб, и доп. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 480 с : ил.

85. Социальная структура и социальное расслоение населения Российской Федерации: (По материалам выбороч. обследования населения трех регионов РФ)/ А. Айвазян, И.А. Герасимова. - М.: ЦЭМИ, 1998. - 86с.

86. Социально-экономическая статистика: Учеб./ В.И. Салин, Е.П. Шпаковская. - М.: Юристь, 2001. - 461 с. - ISBN 5-7975-0370-0

87. Социально-экономическая статистика: Учеб. пособие / О.Э. Батина, Э.А. Ярных. - М.: МГУК, 1999. - 79с.

88. Социально-экономическое положение России 2004 год. Федеральная служба государственной статистики. - М.: 2004. - Вып. XII.

89. Социальный менеджмент/ Кол. авт. - 2-е изд. - М.: Интел-Синтез, 2000. -314 с. \_ 91. Сошникова Л.А., Тамашевич В.Н,, Уебе Г., Шеффер М. Многомерный статистический анализ в экономике/ Под ред. В.Н. Тамашевича. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. - 598 с.

90. Статистика: Учебник/ Под ред. Мхитаряна B.C. - изд. 2-е, стереотип. - М: Академия/Мастерство, 2001. - 272с.

91. Статистика коммерческой деятельности: Учебник/ О.Э. Башина, И.К. Беляевский, Л.А. Данченок и др.; Под ред. И.К. Беляевского, О.Э. Башиной. - М.: Финстатинформ, 1996. - 288 с.

92. Статистика населения: Учеб.-практ. пособие/ М.В. Карманов - М.: МЭСИ, 1999.-77с.

93. Статистика основных фондов и производственного оборудования: Учеб. пособие/ М.Р. Ефимова. - М.: МИУ, 1982. - 16с.

94. Статистика потребительских цен: Учеб. пособие/ О. Э. Башина, Н. Ю. Иванова, - М.: МГУК, 1999. - 51с.

95. Статистика потребления материальных благ н услуг населением: Учеб. пособие/ Салин В.Н. - М.: МФИ, 1989. - 381.с. схем.

96. Статистика рынка товаров и услуг: Учеб, для вузов/ Под ред. И.К. Беляевского. -- 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 656 с : ил. - ISBN 5-279-02290-Х

97. Статистика товарооборота: Учеб. пособие/ И.К. Беляевский, Т.Е. Платонова. М.: МЭСИ, 1988. - 53с.

98. Статистика торговли: Учеб. / И.К. Беляевский, Н.Н. Ряузов, Д.Н. Ряузов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 1989. - 3991. с. ил.

99. Статистика труда: Учеб. пособие / М.Г. Назаров, Н.С. Партешко, В.Н. Румянцев; Под ред. М.Г. Назарова. — М.: Финансы и статистика, 1981. — 287с.

100. Статистические ^методы в управлении производством/ М.Р. Ефимова. - М.: Финансы и статистика, 1988. - 151с.

101. Статистические методы изучения связей экономических явлений: Учеб. пособие/ B.C. Мхитарян, Л.И. Трошин. - М.: МЭСИ, 1983. - 128с. ил.

102. Статистико-математические методы экономического анализа на предприятиях отрасли: Учеб. пособие/ Ильенкова Д., Ильенкова Н.Д., Макальская М.Л. - М.: ЦНИИТЭстроймаш, 1989. - 791.с.

103. Статистика финансов предприятий: Учеб. пособие/ В.Н. Салин, Н.С. Родионова. - М.: ФА, 1998. - 501.с.

104. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учеб./ М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 1987.-2861.с. схем.

105. Теория статистики: Учебник/ Под ред. Р.А. Шмойловой. - 3-е изд., перераб. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 560. - с: ил. ISBN 5-279-01951-8

106. Теория экономического анализа: Учеб. / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. - 4-е изд., доп. и перераб. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 4141.с. ил.

107. Техника финансово-экономических расчетов: Учеб. пособие/ В.Н. Салин, О.Ю. Ситникова. - М.: Финансы и статистика, 1999. — 742.с. ил. ПО. Торговля в России. 2003: Стат. сб./ Госкомстат России. - М., 2003. -465 с.

108. Финансы: Толковый словарь: Англо-русский. - 2-е изд. - М.: Инфра-М, 2000.

109. Федосеев А.И. Анализ состояния и развития предприятий потребительского рынка товаров и услуг шаговой (пешеходной) доступности в г. Москве/ Вестник Российского государственного торгово-экономического университета. - М.: РГТЭУ, 2005. - №2(10)

110. Федосеев А.И. Социальная значимость и социальная эффективность открываемых в ЦАО г.Москвы социально-ориентированных магазинов/ Румянцевские чтения. Экономика, государство и общество в XXI веке. -М.:РГТЭУ-2005.

111. Финансово-экономический словарь/ Под ред. М.Г. Назарова. - М.: Финстатинформ, 1995.-224с.

112. Финансы предприятий: Учеб. пособие/ Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., - М.: Инфра-М, 1997. - 3411.с. граф.

113. Фомин Г.П. Математические методы и модели в коммерческой деятельности. - 2-е изд. - М.: 2005. - 616с. ISBN: 5-279-02828-2

114. Фомин Г.П. Экономико-математическое моделирование в торговле: Учеб. пособие. - М.: 1981. - 43с. ил.

115. Фомин Г.П. Финансовая математика: Учеб. пособие. - М.: МГУК, 1998. -47с.

116. Эконометрика/ Под ред. И.И. Елисеевой. - М.: Финансы и статистика, 2003.

117. Экономика и статистика фирм/ Адамов В.Е., Ильенкова Д., Сиротина Т.В. М.: Финансы и статистика, 2002. - 288с. ISBN: 5-279-02189-Х

118. Экономика противопожарной защиты: Учеб. для вузов МВД СССР/ Ю. И. Аболенцев; Высш. инж. пожарно-техн. шк. МВД СССР. - М. ВИППТШ, 1985. - 2151. с. ил.

119. Экономический анализ в торговле: Учеб. пособие/ М.И. Баканов, И.М. Дмитриева, Л.Р. Смирнова и др.; Под ред. М.И. Баканова; - М.: Финансы и статистика, 2005. - 399с. ил. ISBN 5-279-02725-1

120. Экономико-математические методы и модели в торговле: Учеб. пособие/ А.А. Спирин, Г.П. Фомин. - М.: Экономика, 1988. - 1481.с. ил.

121. Экономико-статистическое изучение потребления/ В.Н. Салин. - М.: Финансы и статистика, 1990. - 1251.с. ил.

122. Лрных Э.А. Статистика финансов предприятия торговли: Учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 416 с : ил.