Красноярский государственный торгово-экономический институт

На правах рукописи

05201050428

ТЕРЕЩЕНКО Наталья Николаевна

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА РАЗВИТИЯ РЫНКА
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ
(ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА)**

Специальность - 08.00.05
Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами: сфера услуг)

Диссертация на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Научный консультант доктор экономических наук, профессор Александров Ю.Л.

Красноярск 2009

**Оглавление**

[Введение 4](#bookmark1)

Глава 1. Теоретические подходы к экономической диагностике

развития рынка потребительских товаров 16

1. Теоретические аспекты рынка потребительских товаров 16
2. Сущность, понятие и виды экономической диагностики

развития рынка потребительских товаров 37

1. Содержание основных категорий рынка потребительских товаров, как теоретической основы экономической

диагностики 54

Глава 2. Методологические подходы к экономической диагностике

развития рынка потребительских товаров 75

1. Методология проведения экономической диагностики

развития рынка потребительских товаров 75

1. Изучение и оценка основных факторов, определяющих развитие рынка потребительских товаров и состояние его

/

конкурентной среды 101

1. Формирование информационной базы экономической

диагностики развития рынка потребительских товаров 111

Глава 3. Экономическая диагностика развития рынка

потребительских товаров Красноярского края 128

* 1. Экономическая диагностика факторов, определяющих

развитие рынка потребительских товаров Красноярского

края 128

* 1. Диагностика формирования товарного предложения и

потребительских цен 146

* 1. Диагностика спроса населения на потребительские товары 160
	2. Оценка состояния конкурентной среды на рынке • ,

потребительских товаров Красноярского края 182

з

Глава 4. Оценка эффективности функционирования организаций

розничной торговли 201

1. Современные подходы к комплексной оценке эффективности функционирования организаций розничной

торговли 201

1. Изучение и оценка эффективности функционирования

организаций розничной торговли на макроуровне 215

1. Определение эффективности деятельности организаций

[розничной торговли на микроуровне 238](#bookmark68)

Глава 5. Механизм государственного регулирования развития рынка

потребительских товаров 264

1. Концептуальные подходы к государственному регулированию

рынка потребительских товаров 264

1. Диагностика основных методов государственного регулирования рынка потребительских товаров в

современных условиях 284

1. Прогнозирование и планирование на макроуровне как условие устойчивого развития рынка потребительских

[товаров 308](#bookmark25)

Заключение 331

Библиографический список 345

Приложения 364

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Основные выводы и положения исследования заключаются в следующем.

1. Потребительский рынок является важной составляющей сферы экономики и представляет собой сложную, многогранную систему, рассматриваемую нами с позиций двух подходов:
* с позиций воспроизводственного подхода, как территориальную организацию товарного обращения в тесном взаимодействии с производством, распределением, обменом и потреблением потребительских товаров в воспроизводственном процессе;
* с позиций концепции геомаркетинга, как социально-экономические отношения, связанные с перемещением и реализацией потребительских товаров, услуг в масштабах определенных географических границ н а основе изучения системы спроса и предложения.

В составе потребительского рынка нами выделены три основных сегмента: рынок потребительских товаров, рынок потребительских услуг и рынок личного недвижимого имущества населения.

*- В работе уточнено понятие рынка потребительских товаров, который рассматривается нами как сложная многогранная подсистема в целостной системе потребительского рынка, выражающая социально-экономические отношения между продавцами и покупателями по поводу купли-продажи потребительских товаров во взаимодействии с их производством, распределением, обменом и потреблением на основе изучения системы спроса и предложения.*

При этом нами под потребительскими товарами понимаются как материальные товары, так и нематериальные товары, то есть услуги, связанные с реализацией материальных потребительских товаров покупателям. '

Доказано, что рынок потребительских товаров играет важную роль в обеспечении непрерывного воспроизводственного процесса через тесное взаимодействие с рынком средств производства; с производством потребительских товаров; с финансово-кредитным рынком; с рынком труда; с рынком информации; с рынком основных фондов и недвижимого имущества населения и т.д.

Взаимодействие с каждым из перечисленных рынков играет определенную роль и функциональное значение в обеспечении воспроизводственного процесса и позволяет выполнять как общие функции рынка, так и специфические функции регионального рынка потребительских товаров (обеспечение участия региона в межрегиональных и межгосударственных торгово-экономических связях; регулирование объема и структуры товарного предложения в регионе и Т.П.).

В работе определены основные признаки классификации видов рынка потребительских товаров (в зависимости от сложившегося соотношения спроса и предложения; по масштабу; по уровню насыщенности; по объектам и субъектам рынка; по его качественной структуре; по степени зрелости; по характеру обмена и продаж и т.д.), что позволяет проводить всестороннее , комплексное исследование рынка на основе дифференцированного подхода и определить масштабы, содержание и направленность развития отдельных рынков.

1. Спрос, наряду с товарным предложением и ценой является основной категорией рынка потребительских товаров, составляющих предмет исследования в экономической диагностике.

Спрос, по-нашему мнению, следует рассматривать в двух аспектах:

* с точки зрения экономической теории, как потребность, обеспеченную денежными средствами и представленную на потребительском рынке;
* с точки зрения предмета коммерческой деятельности как объем потребительских товаров, услуг, который потребитель хочет и в состоянии купить по удовлетворяющей его цене в течение определенного времени.

Предложенная классификация видов спроса по широкому кругу признаков (по объему и субъекту, по степени зрелости, по сроку и характеру реализации, по намерениям покупателей, по целесообразности, по степени

удовлетворения, по времени предъявления) позволяет предпринимателям, осуществляющим свою деятельность на рынке потребительских товаров, правильно определить вид спроса на реализуемые товары и разработать на этой основе наиболее эффективную маркетинговую стратегию своей работы с целью достижения конкурентных преимуществ.

1. В работе автором конкретизировано понятие экономической диагностики, которая применительно к исследованиям рынка, рассматривается нами с двух точек зрения:
* во-первых, как комплексное исследование рынка потребительских товаров на основе ретроспективного, оперативного и перспективного анализа процессов его функционирования и развития;
* во-вторых, как функция управления, находящаяся в тесной взаимосвязи с другими функциями управления рынком потребительских товаров (планированием, организацией, координированием, регулированием, контролем).

Экономическая диагностика позволяет получить новое качество результатов аналитической деятельности вследствие оценки качества самой организации функционирования объекта исследования на основе проведения сравнительного анализа с применением как традиционных, так и математических методов и определения перспективных направлений развития объекта и наиболее эффективных решений его проблем в современных условиях.

Обоснованы основные признаки классификации видов экономической диагностики рынка потребительских товаров, позволяющие проводить более глубокие экономические исследования рынка на основе дифференцированного подхода.

1. Обоснование методологических подходов к экономической диагностике развития рынка потребительских товаров позволило определить основные направления исследования: изучение и оценку основных факторов, определяющих развитие рынка потребительских товаров; диагностику формирования товарного предложения на рынке; изучение и оценку конкурентной среды на рынке, определение его емкости; диагностику спроса населения на потребительские товары; диагностику потребительских цен на товары; диагностику эффективности функционирования организаций розничной торговли как основного хозяйствующего субъекта рынка потребительских товаров.

Осуществление экономической диагностики по вышеуказанным направлениям исследования базируется на системном, динамическом, комплексном, дифференцированном подходах и ряде общенаучных принципов (взаимосвязи экономических показателей, интеграции, нормативности, инвариантности, объективности, непрерывности, релевантности, сопоставимости, эффективности и т.п.) и предусматривает более широкое применение математических методов и методик многовариантного, диагностического и экономического анализа, соединяющего в себе целое ретроспективное и перспективное исследование динамических рядов показателей.

1. В целях обеспечения формирования качественной, полной, достоверной информационной базы диагностики автором предлагается технология ее формирования в разрезе таких процедур, как сбор информации, ее временная, объективная и локальная трансформация и разработан алгоритм основного этапа данной технологии.