

СТАТИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ИССЛЕДОВАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

© 2009 О.Ф. Чистик*

Ключевые слова: потребительский рынок, инфляционный процесс в мировой и национальной экономике, индексная система, масштаб инфляции, макроэкономическая нестабильность, стадии инфляционных процессов, модель антиинфляционной программы, достоверность оценок уровней цен и их индексов, отдельные сегменты экономики, инфляция в условиях стабильной и нестабильной экономики, товарное обращение, информационный ресурс, пропорции потребительского рынка.

Для качественной характеристики потребительского рынка изучаются складывающиеся на нем пропорции. При этом на ход экономического развития негативное влияние оказывает инфляция, выходя из-под контроля и даже оставаясь относительно слабой. Она сужает мотивы трудовой деятельности, усиливает социальную дифференциацию населения, разрыв между “крайними” группами получателей доходов. Основным методом в анализе инфляции в статистической практике - индексный метод, позволяющий осуществлять экономическую интерпретацию полученных результатов. Выявление и оценка места потребительского рынка в экономическом развитии осуществлены с помощью показателей сферы товарного обращения в экономике РФ на основе информационного ресурса.

Для качественной характеристики потребительского рынка изучаются складывающиеся на нем пропорции. Эти пропорции позволяют установить, является ли данный рынок развивающимся, стагнирующим или депрессивным.

Потребительский рынок образуется путем осуществления множества актов купли-продажи товаров. Это товары различного вида и качества, движущиеся по направлению от продавца к покупателю и предназначенные для удовлетворения личных потребностей¹.

Главная функция рынка - доведение товарной массы до конечного потребителя, обмен товаров на деньги потребителя. Объем потребительского рынка определяется стоимостным показателем - суммой розничного товарооборота, соответствующей сумме денежных расходов населения на покупку товаров. В сфере потребительского рынка происходит процесс удовлетворения покупательского спроса. На потребительском рынке представлено множество товаров, разнородных по своим потребительским свойствам.

При этом на ход экономического развития негативное влияние оказывает инфляция, выходя из-под контроля и даже оставаясь относительно слабой. Она сужает мотивы к трудовой деятельности, усиливает социальную дифференциацию населения, разрыв между “крайними” группами получателей доходов.

Развертывание инфляционных процессов ведет к неравномерному перераспределению денежных потоков между различными слоями населения, экономическими и социальными институтами. Негативная функция инфляции состоит и в том, что сужаются возможности накопления. Соотношение между потребляемой и сберегаемой частями доходов сдвигается в сторону потребления.

Косвенно последствия инфляции можно охарактеризовать, проводя анализ соотношения темпов роста доходов и цен. В России в условиях инфляции происходит отставание темпов роста доходов населения от темпов роста цен на основные группы потребительских товаров (табл. 1).

Таблица 1

Соотношение темпов роста реальных доходов и потребительских цен в России, %

Регион	Годы				
	2000	2002	2004	2006	2007
Россия	94,3	96,3	99,1	103,7	99,2
Самарская область	87,9	94,9	97,0	103,7	99,1

* Чистик Ольга Филипповна, доктор экономических наук, профессор Самарского государственного экономического университета. E-mail: vestnik@sseu.ru.

В целом по России и по Самарскому региону наблюдается процесс замедления роста реальных денежных доходов населения с одинаковой интенсивностью, что свидетельствует о макроэкономической нестабильности.

При этом у работников бюджетной сферы, пенсионеров, студентов, имеющих фиксированные доходы, происходит снижение реальных доходов при росте номинальных на ранних стадиях развития инфляционных процессов.

Инфляция ослабляет позиции властных структур. Стремление государственных органов получить посредством эмиссии дополнительные средства для решения неотложных задач имеет своим следствием рост недовольства, при этом усиливается нажим со стороны различных социальных групп в целях увеличения зарплаток, получения дополнительных льгот и субсидий. Снижается доверие к программам и мероприятиям, намечаемым и проводимым правительством.

Модель антиинфляционной программы в ее российском варианте состоит из двух блоков. Первый блок включает экономические факторы: создание эффективной инвестиционной программы; формирование стабильной макроэкономической структуры рынка с целью выравнивания диспропорций производства; привлечение дополнительных капиталов в производственную сферу. Второй блок формирует финансовую направленность: установление регулирующего значения функций налогов в сфере производства; снижение чрезмерной эмиссии денег; активная политика доходов, предполагающая увязку темпов роста зарплаты, доходов и цен под наблюдением и при посредничестве государства.

В рамках Программы социально-экономического развития России на среднесрочную перспективу (2006 - 2008 гг.), утвержденной распоряжением Правительства РФ от 19 января 2006 г. намечается реализация мероприятий Федеральной целевой программы "Развитие государственной статистики в

2007-2011 годах". В этой программе большое внимание уделено статистике цен, являющейся важнейшим элементом информационного обеспечения социально-экономических исследований в области рыночной экономики. На ее основе формируются ценовые дефляторы, осуществляется оценка и прогнозирование темпов инфляции, масштабов денежной эмиссии. Достоверность оценок уровней цен и их индексов является необходимым условием для проведения эффективной экономической политики. В области статистики цен особое внимание уделяется вопросам обеспечения соответствия индексов цен международным стандартам, как в производственном так и потребительском секторах экономики, что является основополагающим критерием создания взаимоувязанной системы индексов цен.

Основным методом в анализе инфляции в статистической практике является индексный метод. В качестве достоинства этого метода следует выделить его системность и возможность экономической интерпретации полученных результатов².

Различные элементы рынка развиваются в определенном отношении друг к другу, с различной скоростью, а иногда и с разными векторами изменений, что, впрочем, не исключает возможности их тесной связи между собой.

Анализ пропорциональности рынка следует осуществлять по трем направлениям:

- ◆ выявление и оценка места (доли) потребительского рынка в экономическом развитии;
- ◆ характеристика соотношений объема рынка с другими сопоставимыми явлениями;
- ◆ сравнение скорости развития рынка со скоростью других социально-экономических процессов.

Выявление и оценка места потребительского рынка в экономическом развитии осуществлялись нами с помощью показателей удельного веса сферы товарного обращения в экономике РФ на основе информационного

Таблица 2

Статистическое изучение пропорций потребительского рынка Самарской области

Показатели	2002	2003	2004	2005	2006
Расходы на покупку товаров на 100 руб. фактических денежных доходов, руб.	82,2	83,8	76,9	66,0	65,9
Объем продажи товаров на 100 руб. реальных денежных доходов, в сопоставимых ценах, руб.	82,2	83,8	82,3	71,8	81,2

**Влияние демографического фактора
на пропорции потребительского рынка Самарской области**

Показатели	2002	2003	2004	2005	2006
Расходы на покупку товаров на 1000 жителей в ценах соответствующих лет, млн. руб.	25,7	32,8	39,4	45,9	56,8
Объем продажи товаров в расчете на 1000 жителей в сопоставимых ценах, млн. руб.	25,7	27,7	29,5	31,2	35,4
Условный размер расходов населения на покупку товаров при условии неизменности уровня расходов на 1000 жителей, млн. руб.	84411	83911	83397	82934	82484
Соотношение номинальных денежных доходов и расходов населения на покупку товаров при исключенном демографическом факторе	82,2	65,6	50,2	37,0	29,8
Соотношение реальных денежных доходов и расходов населения на покупку товаров при исключенном демографическом факторе	82,2	77,8	71,7	59,3	53,4

ресурса³. В общем объеме валового внутреннего продукта, исчисленного в основных ценах, торговля занимала в 2002-2006 гг. примерно пятую часть. При этом имело место сокращение доли торговли с 23,7 до 22,0%.

На потребительский рынок оказывают воздействие соотношения денежных доходов населения и расходов на покупку товаров (табл. 2).

Таким образом, соотношение между доходами и потребительскими расходами в 2002 г. составляло 1:0,82, а в 2006 г. - 0,66, то есть уменьшилось на 0,16 процентного пункта. Исключив влияние ценового фактора, мы получим соотношение, вектор которого имеет ту же направленность, поскольку в сопоставимых ценах (2002 г.) соотношение снизилось на 0,01 процентного пункта (1:0,812). Следовательно, реально соотношение дохо-

дов и объема продажи товаров указывает на снижение влияния спроса на денежные покупательские возможности населения. Это свидетельствует о неблагоприятной ситуации, складывающейся на потребительском рынке за рассматриваемый период.

Демографический фактор оказал влияние на пропорции потребительского рынка. За его счет расходы населения на покупку товаров уменьшились на 1915 млн. руб. или на 2,3%, что изменило соотношение фактических доходов и расходов на покупку товаров, которое за счет демографического фактора уменьшилось в 2,8 раза, а по отношению к реальным доходам - в 1,5 раза (табл. 3).

Изменения потребительского рынка могут происходить с различной скоростью и иметь разные направления развития. При этом про-

Таблица 4

**Динамика денежных доходов населения, оборота потребительского рынка
и цен по Самарской области**

Показатели	Темпы роста, % к 2002 г.				
	2002	2003	2004	2005	2006
Денежные доходы населения (в ценах соответствующих лет)	100,0	124,5	162,0	218,3	269,2
Расходы населения на покупку товаров (в ценах соответствующих лет)	100,0	126,8	151,4	175,3	215,9
Реальные доходы населения (в сопоставимых ценах)	100,0	105,0	113,3	136,3	150,5
Объем продаж товаров населению (индекс физического объема товарооборота)	100,0	106,9	113,2	118,7	134,0
Ценностный фактор (индекс цен)	1,00	1,19	1,34	1,48	1,61
Компаративные темпы роста (соотношения темпов роста)					
Денежных доходов и расходов на покупку товаров	1,000	0,982	1,070	1,245	1,247
Реальных денежных доходов и объема продажи товаров	1,000	0,982	1,001	1,148	1,123
Расходов на покупку товаров и цен	100,000	106,893	113,193	118,734	134,036
Объема продажи товаров и цен	100,000	90,090	84,629	80,407	83,231

порциональность динамических изменений относится к категориям важнейших качественных характеристик экономики и социального развития. Характер изменений определяется скоростью развития каждого из изучаемых социально-экономических процессов и соотношением динамических показателей. В табл. 4 приводятся относительные величины изменения социально-экономических показателей во времени, а также показатели, характеризующие пропорции потребительского рынка.

Денежные доходы населения росли быстрее расходов на покупку товаров, как в фактических, так и в реальных ценах. В сопоставимых ценах расстояние между ними в последние годы заметно увеличилось: рост объема продажи все больше отстает от роста реальных доходов. Это связано с тем, что цены росли быстрее, чем расходы на покупку товаров, а главное - быстрее, чем объем проданных товаров. В результате инфляции разрыв меж-

ду скоростью роста продажи и цен постоянно увеличивался. Это свидетельствует о тенденциях удорожания жизни населения.

Статистический анализ пропорций потребительского рынка в Самарской области служит эффективным инструментом информационного обеспечения управления рыночными процессами в регионе.

¹ *Беляевский И.К., Маркова М.В.* Пропорции потребительского рынка: статистический и маркетинговый анализ // *Вопр. статистики.* 2006. № 11.

² *Райская Н., Сергиенко Я., Френкель А.* Ценовая политика и экономический рост // *Экономист.* 2003. № 5. С. 29-38.

³ См.: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru>; Российский статистический ежегодник. 2006: Стат. сб. / Росстат. М., 2007. 819 с.; Самарский статистический ежегодник, 2007: Стат. сб. / Территор. орган Федер. службы гос. статистики Самар. обл. Самара, 2007. 410 с.

Поступила в редакцию 21.04.2009 г.