

### **Омарова Н.Ю.**

канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и управления персоналом Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого, докторант Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов

### **Сугаилов М.Ю.**

соискатель кафедры маркетинга и управления персоналом Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого

## **ВСЕМ ВЫЙТИ ИЗ... ТЕНИ!**

**основные этапы и структура  
адаптивного управления потребительским рынком**

*В основе современной концепции развития российского потребительского рынка лежит рациональное сочетание, во-первых, государственного регулирования основных народнохозяйственных, межотраслевых, отраслевых, межрегиональных пропорций и, во-вторых, самостоятельности, инициативы, ответственности предприятий, 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.*

**П**отребительский 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:

- 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, беженцев, представляющих собой питательную среду для теневой экономики.

Существование теневой экономики свидетельствует о невысокой культуре рыночных отношений, недостаточном законодательно-правовом и нормативном обеспечении, нарушении договоров, влиянии криминальных структур, недостаточности инфра­структуры товарных рынков и т. д. Исследования экономического неравенства выявили значительные различия российских регионов по уровню концентрации денежных доходов. В частности, межрегиональные значения коэффициентов Джини различаются примерно в 2-2,5 раза.

В настоящее время управление развитием региональных потре-

теневая экономика  
на потребительском  
рынке в России достигла  
огромных масштабов:  
по официальным данным,  
ее удельный вес в ВВП  
составляет до 50%,  
по неофициальным –  
более 60%

бительских рынков осуществляется на основе программного подхода, при котором определяются тенденции и границы наиболее вероятного его развития, а также оптимистический, умеренно оптимистический и пессимистический сценарии развития. Система управления потребительскими рынками должна опираться на концепцию адаптивного управления, в основе которой лежит прогнозирование результатов производственной деятельности при помощи системы адаптивно-имитационных моделей. Ответственность за результаты работы лежит на хозяйствующем элементе, а функцией управления при этом является создание системы государственной поддержки предприятий и предоставление производителям необходимой информации для обеспечения рентабельного производства.

При адаптивном управлении внешние факторы анализируются до того, как получен результат деятельности системы и блок управления получает информацию об изменении фактора одновременно с управляемым объектом, затем принимаются меры по сглаживанию его влияния или для увеличения его положительного эффекта.

Методология адаптивного управления базируется на системном подходе, т.е. на обеспечении адекватного соответствия связей между элементами, обеспечении целенаправленного функционирования и взаимодействия со средой в моделируемой системе. Имитационное моделиро-

вание позволяет с научной точки зрения учесть стохастичность процессов, происходящих на потребительском рынке и включить в экономическое исследование нелинейные технологические и экономические взаимосвязи.

Главная функция имитационной модели регионального потребительского рынка заключается в воспроизведении с заданной степенью точности исследуемых и прогнозируемых параметров его функционирования. Алгоритм получения оптимального управленческого решения методами адаптивно-имитационного моделирования имеет циклический характер и состоит из шести этапов.

*На первом этапе* формулируется комплекс задач исследования. Особенность имитационного моделирования заключается в возможности присоединить к главной цели исследования дополнительные требования, учитываемые при поиске оптимального плана управления производством.

*На втором этапе* происходит построение концептуальной модели объекта, при этом изучаются системные свойства, взаимосвязи между элементами и средой, структурируются и выделяются подсистемы. На этом этапе содержится достаточный уровень формализации на основе потоков информации и ее преобразований обобщенного характера.

*На третьем этапе* определяется структура и формулируются требования к моделируемой программе, играющие важную роль

существование  
теневой экономики  
свидетельствует  
о невысокой культуре  
рыночных  
отношений

на последующих этапах этого алгоритма.

*На четвертом этапе* происходит построение математической модели исследуемой системы. На этом этапе заканчивается окончательная формализация функционирования исследуемой системы, включаются любые преобразования дискретных систем, осуществляемые на компьютере.

*На пятом этапе* разрабатывается программа моделирования регионального потребительского рынка. На этом этапе осуществляется преобразование математических описаний элементов и учитываемых внешних воздействий к такому виду, который позволит пошагово реализовать процесс его функционирования.

*И, наконец, на шестом,* не менее ответственном этапе, осуществляется верификация и адаптация имитационной модели.

Преимущество адаптивно-имитационных моделей заключается в том, что они дают возможность более точного учета стохастических и нелинейных зависимостей социально-экономических процессов, происходящих на потребительском рынке и при этом

получать научно обоснованные и надежные в реализации управленческие решения.

К недостаткам адаптивного управления потребительским рынком с применением имитационного моделирования нами отнесено следующее:

- сложности при описании и построении нелинейных зависимостей, требующих переработки значительно большего количества информации и специальных методов исследования, не применявшихся ранее экономической наукой;

- увеличение времени поиска оптимального решения при отыскании оптимума методами многомерного планирования эксперимента;

- небольшие неточности результатов расчета за счет требований диалога с компьютером при использовании упрощенных алгоритмов моделей.

В условиях глобализации экономики осуществление адаптив-

в эпоху глобализации

экономики

динамичное развитие

потребительского

рынка должно

строиться

в соответствии

с критериями рыночной

эффективности

ного управления подразумевает создание в регионах информационно-аналитических центров, не только предоставляющих рыночную информацию, но и прогнозирующих развитие рыночной ситуации на основе фактических данных.

Необходимость институциональных изменений в национальной экономике, влияние процессов глобализации требуют разработки новой системы стратегического управления региональными потребительскими рынками основе долгосрочных целей повышения качества жизни населения.

Основными критериями системы стратегического управления потребительскими рынками являются:

- четкая ориентация на определенный интервал времени;

- конкретность и измеримость целей в доступной для управления форме;

исследования

экономического

неравенства выявили

значительные различия

российских регионов

по уровню

концентрации

денежных доходов

- непротиворечивость и согласованность с другими целями и ресурсами;
- адресность и контролируемость;
- комплексность;
- пропорциональность;
- возможность ранжирования целей по приоритетности, по источникам финансирования, по значимости решаемых проблем на каждом временном отрезке;
- реальность выполнения поставленных задач.

Таким образом, для стратегического управления потребительскими рынками необходимо использовать программно-целевую систему на базе использования дерева целей, так как разделение стратегических целевых задач на ряд частных подцелей повышает эффективность управления рынком.

pn

**Omarova N.Y.,**

*doctoral candidate at Saint-Petersburg State University of Economics and Finance (SPSUEF)*

**Sugaipov M.Y.,**

*postgraduate at the Department of Marketing and Human Resource Management Yaroslavl-the-Wise Novgorod State University*

**Basic stages and structure of the adaptive consumer market management**

In this article, the most important issues of the development of adaptive simulation model of consumer market management under the present conditions have been taken up. The authors have pointed out the main reasons for the emergence of shadow economy at the consumer market, developed stages of the adaptive simulation modeling of the regional consumer market, revealed the advantages and disadvantages of adaptive management as well as determined criteria of the system of strategic consumer market management.

Key words: consumer market, shadow economy, adaptive simulation market model, criteria of strategic consumer market management.