

ИССЛЕДОВАНИЕ И МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА МЕГАПОЛИСА*



Неганова Валентина Петровна,

доктор экономических наук, профессор, заведующая Сектором развития агропродовольственных систем и маркетинговых исследований, ФГБУН Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук; 620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29
vp-neganova@yandex.ru



Наумов Илья Викторович,

кандидат экономических наук, доцент кафедры Экономики и менеджмента УГГУ, руководитель Лаборатории моделирования пространственного развития территорий, ФГБУН Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук; 620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29
ilia_naumov@list.ru



Седельников Владислав Михайлович,

аспирант, младший научный сотрудник Лаборатории моделирования пространственного развития территорий, ФГБУН Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук; 620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29
vms-1990@mail.ru

В статье представлены результаты исследования основных тенденций развития потребительского рынка мегаполиса, которые могут быть использованы для разработки мероприятий по совершенствованию процесса взаимодействия основных субъектов данного рынка. Дается описание теоретических аспектов потребительского рынка мегаполиса: дефиниции данного понятия, функции, факторы внешней и внутренней среды, структура и ключевые субъекты. Авторами показано, что для решения проблемы гармонизации потребностей, интересов и ценностей основных взаимодействующих сторон (потребители, бизнес, органы власти) на потребительском рынке мегаполиса может быть использован ценностно-ориентированный подход в маркетинге взаимоотношений. Результаты корреляционно-регрессионного анализа структуры потребительского рынка российских мегаполисов свидетельствуют о зависимости оборота потребительского рынка от оборота розничной торговли и общего объема всех продовольственных товаров, реализованных на территории мегаполиса. При этом показатель оборота общественного питания незначим. На основании проведенного пространственного анализа и полученной пространственной кластеризации сделан вывод о непропорциональном территориальном размещении потребительских рынков мегаполисов в России. Недостаточно иметь только один полюс роста в г. Москве в такой большой стране как Россия. Для эффективного роста потребительских рынков таких мегаполисов, как Уфа, Новосибирск, Екатеринбург, Казань и Нижний Новгород, несмотря на их высокие показатели, недостаточно превосходства над окружающими их территориями. Наконец, потребительские рынки таких мегаполисов, как Челябинск, Омск, Пермь, Красноярск, Самара, Ростов-на-Дону, Волгоград и Воронеж находятся в фарватере развития окружающих их территорий, что также говорит о несбалансированности регионального размещения производительных сил.

Ключевые слова: потребительский рынок мегаполиса; маркетинг взаимоотношений; ценностно-ориентированный подход; пространственная автокорреляция; регрессионная модель.

В настоящее время практически не существует ни одного субъекта на макро-, мезо- или микроуровне, который бы не имел свою собственную стратегию развития. Во многом это связано с принятием федерального закона Российской Федерации № 172-ФЗ от 28 июня 2014 года «О стратегическом планировании в Российской Федера-

ции». Действительно, наличие стратегии социально-экономического развития на региональном и муниципальном уровне и ее эффективная реализация позволяет решать сложные социально-экономические задачи и достигать необходимых параметров развития.

Особую роль в развитии региональной социально-экономиче-

ской системы играют крупные города или мегаполисы. Уровень ВВП в крупнейших городах растет быстрее, чем ВВП стран, в которых они находятся. По данным Глобального института *Mckinsey* за 2011 год, в 600 крупнейших городах мира было сконцентрировано 20% мирового населения, и они создали капитал в размере

*Статья подготовлена в соответствии с Планом НИР для Лаборатории моделирования пространственного развития территорий ФГБУН Института экономики УрО РАН на 2019 год по теме «Методология моделирования пространственного развития макрорегионов в контексте обеспечения их экономической безопасности».