

В-четвертых, социальный капитал организации обеспечивает большую организованность действий персонала организации на основе существования взаимопонимания между работниками организации и благодаря ее стабильности.

Кроме того, социальный капитал организации позитивно влияет на ее управляемость. Установление доверительных отношений между руководством и сотрудниками организации позитивно влияет на повышение эффективности ее управления.

Конечно же, не следует преувеличивать значение социального капитала организации и рассматривать его как главный фактор повышения ее конкурентоспособности. Однако не вызывает сомнения тот факт, что использование ресурсов социального капитала открывает для экономической организации новые возможности осуществления эффективной конкурентной борьбы.

#### Литература

1. Лапин, А.Н. Стратегическое управление современной организацией / А.Н. Лапин. – М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2006. – 288 с.

## РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА И СОЦИАЛЬНЫЙ ИНТЕРЕС МЕСТНОГО НАСЕЛЕНИЯ

**А.О. Орынбеков, Ж.К. Кошкар**

*Жамбылский гуманитарно-технический университет, г. Тараз, Республика Казахстан  
jgtu@nursat.kz*

В сегодняшних условиях развития рынков всемирной торговой организации любой экономический развитый регион для своего экономического процветания должен иметь достаточное количество производственных кластеров, продукция которых сбывается на мировых рынках [1,2,3]. При отсутствии таких экономических регионов рискуют стать депрессивной территорией и, возможно, даже потерять активное трудоспособное население. Альтернативой может стать иммиграция активного населения из других регионов или стран. Стремление повернуть всю экономику региона на удовлетворения потребностей только своего населения влечет за собой создание замкнутой экономики.

В регионе работают высокорентабельные производственные комплексы, сформированы несколько кластеров, по доходности производства региональная экономика занимает не последнее место в Республике Казахстан. Об этом можно судить по объему товарообмена региона с внешним миром. Очевидно, что чем больше в регионе товарооборот с рынками внешнего мира, тем больше будет удовлетворен платежеспособный спрос его населения. Развитие экспортного и импортного потенциала в регионе определяет социально-экономический аспект развития потенциала региона в удовлетворении растущей потребности своего населения на современном уровне цивилизации общности людей. Экономика региона работает в основном на спрос рынков всемирной торговли, а география экспорта и импорта области – все рынки всемирной торговой организации (табл. 1).\*

Таблица 1 – Торговля в Южно-Казахстанской области (млн долларов США)

Годы	Оборот товаров	Экспорт	Импорт	Сальдо
1999	211.8	130.6	81.2	49.4
2000	567.6	453.5	114.1	339.4
2001	345.2	219.7	125.5	94.2
2002	337.5	204.4	133.1	71.3
2003	498,8	298.0	200.8	97.2
2004	749.5	442.4	307.1	135.3

\*Составлена авторами по данным Агентства статистики Южно-Казахстанской области, Шымкент 2001, 2005.

Как видно из табл. 1, на сегодняшний день в достаточной степени удовлетворяется платежеспособный спрос населения области за счет импорта, в этом нет сомнения. Другое дело, в некоторых категориях групп потребностей, которые относятся к редким, имеющим более интеллектуальную направленность, есть и будут неудовлетворенные потребности, но их доля в полной потребности из года в год должна уменьшаться. Розничный товарооборот на местных рынках региона также имеет тенден-

цию стабильного роста, в нем доля государственного сектора мала и она из года в год уменьшается, а рост общего объема розничного товарооборота обеспечивается за счет товаров, производимых или импортируемых негосударственным сектором экономики. Значительную роль в этом процессе играет оптовая торговля предприятий и фирм на местных розничных рынках через торговых представителей. Возможно, по этой причине, торговая наценка розничного рынка на все виды потребительских товаров и услуг в среднем доходит до 20% от их реализованной цены (табл. 2).

Таблица 2 – Розничный товарооборот торговли (в млн тенге)

Показатели	2001	2002	2003	2004
Общий объем розничного товарооборота	24677,1	32496,3	32917,3	42884,8
Государственный сектор	4,9	4,3	-	3,1
Негосударственный сектор	24672,2	32453,6	32917,3	42881,7
По каналам предприятий	8006	11547,8	13737	21335,6
На рынках частных фирм	16670,2	20948,5	19179,5	21549,2
Удельный вес рынков	67,6	64,5	58,3	50,2
Товарооборот на душу	11952	15514	15446	19752
Общественное питание	321,5	763,0	770,3	837,3
Оптовая торговля	57251,5	67556,8	68293,2	75951,5

В самом начале проектирования региональных кластеров необходимо обратить особое внимание на интеллектуальный и образовательный аспекты активного трудоспособного населения региона. К числу важнейших активов регионального производственного кластера, кроме основного природного ресурса, по праву относится интеллектуальный образовательный капитал, который является одним из основных факторов обеспечения конкурентоспособности продукции кластера на рынках всемирной торговой организации. Поэтому социальное состояние населения региона должно быть краеугольным камнем в определении цели формирования крупного производственного комплекса или кластера, ибо последние окажутся жизнеобеспечивающими факторами населения региона.

Деление всей совокупности непродовольственных товаров на группы по потребительским признакам, относительно обособленным направлениям потребностей, открывает более ясную картину удовлетворения платежеспособного спроса населения. В частности, сможем найти ответ на вопрос: какие товары, производимые на данной территории, удовлетворяют платежеспособный спрос внутреннего рынка, а какие товары должны вывозиться на внешний рынок, и наоборот, какие потребности населения данной территории удовлетворяются товарами местного производства, а какие потребности надо будет удовлетворять за счет импорта товаров?

Прогноз покупательского спроса, который и закладывается в основу задачи прогнозирования, является гипотетическим основанием для ограничений модельной системы. Получается, что положим в основу, то и получим в результате. Именно подобная свобода выбора гипотетических программ позволяет нам на теоретическом уровне принять такую оптимизационную задачу, что поведение потребителя может быть угадано эмпирическим путем или путем интуитивного осмысления происходящего.

### Литература

1. Methodology for regional and transnational technology clusters, European Commission Enterprise Directorate-General, Promotion of entrepreneurship and SMEs, Business co-operation and Community business support network development, March 2001.
2. Методология для региональных технологических кластеров // Отчет ОАО «СЦПФ» «Формирование территориально-промышленных кластеров в Самарской области и определение основных направлений их развития», 2003.