

Л. Н. Семеркова, Н. Г. Соколова, Ю. Д. Бахтеев

К ВОПРОСУ МОДЕЛИРОВАНИЯ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ С ПОЗИЦИИ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИИ

Аннотация. На основе экзистенциального представления функциональной системы жизни человека и транскрипции ряда традиционных маркетинговых концепций и моделей в статье предлагается модель жизнедеятельности населения, которая определяет теоретико-мировоззренческое понимание феномена качества жизни с позиции субъекта управления территорией и необходимости оптимизации управления ее социально-экономическим развитием.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие территории (города), маркетинг территории, качество жизни, экзистенциалистская концепция сущности жизни человека, модель жизнедеятельности населения территории.

Abstract. The authors suggest a model of people's life activity that determines theoretical and ideological understanding of a phenomenon of life quality from the point of view of a subject of area administration and the necessity to optimize area social-economic development administration. The model is suggested on the basis of existential conception of functional system of human life and transcription of several traditional marketing conceptions and models.

Key words: social and economic development of an area (city), area marketing, life quality, existential conception of human life essence, model of area population life activity.

Залогом успеха управления социально-экономическим развитием города в современных высококонкурентных условиях является обращение к философии маркетинга. Необходимо наилучшим образом удовлетворять запросы потребителей – населения города. Муниципалитет, в центре внимания которого находится потребитель, способен, используя технологии и механизмы маркетинга территории, не просто оказывать услуги, но и создавать рыночные конструкции воздействия на формирование потребностей, поведение других субъектов территориального рынка. Известна декларация, что население и качество его жизни должны стать центром территориального управления и муниципальной деятельности. Однако теоретической конструкции, формализующей процесс жизнедеятельности и обеспечивающей параметризацию качества жизни населения территории, в частности города, обнаружено не было. Теоретико-мировоззренческое понимание феномена качества жизни с позиции субъекта управления территорией затруднено, вопрос о понимании жизни человека, адекватном целям управления социально-экономическим развитием города, остается открытым.

Для решения данной проблемы следует обратиться к категории «качество». Анализ работ А. И. Субетто [1] и В. И. Кулайкина [2] позволяет представить спектр трактовок этой категории. С точки зрения операционалистского подхода к выявлению сущности категории «качество жизни» приемлемым является определение качества как «существенной определенности предмета, явления или процесса, в силу которой он является данным, а не иным предметом, явлением или процессом [3, с. 53]». Невозможно дать научно коррект-

ное определение качеству жизни, не опираясь на раскрытие сущности человеческой жизни, ее понимания, доступного для операционализации и количественной оценки. А в дальнейшем не только сущности жизни, но и категории «смысл жизни», которая задает человеку основной критерий для оценки качества его жизни, социума и человечества в целом. Лишь немногие концепции исследования качества жизни, например Л. А. Кузьмичева, М. В. Федорова [4] и Г. М. Зараковского [5], формулируют исходное представление о том, что такое жизнь человека. Вопрос о сущности жизни человека и общества в целом как исходной позиции для разработки научно обоснованной концепции качества жизни остается открытым. Выработка такой позиции – задача чрезвычайно сложная. Вся история философской мысли в значительной мере представляет собой поиск всеобъемлющего определения сущности человеческой жизни, и этот поиск продолжается.

Для обоснования состава и способов измерения качества жизни населения территории необходимо принять ряд рабочих определений категорий «человеческая жизнь», «смысл жизни». Сущность человеческой жизни и смысл жизни – фундаментальные философско-психологические и религиозно-мировозренческие категории, «вечный вопрос самопознания человека». Это предмет многовековых размышлений теологов, античных и современных философов, историков, социологов, психологов и, наконец, экономистов. Жизнь человека и социума – сложное и во многом иррациональное явление, всеобъемлющее определение его сущности дать невозможно. В основу определения могут быть положены разные проявления жизни в зависимости от того, какие из них важны для решения практических задач.

Практическая задача, которой посвящено данное исследование, заключается в обосновании выбора показателей и критериев для измерения и оценки качества жизни населения территории для целей осуществления управления социально-экономическим развитием. На основе анализа различных представлений о сущности человеческой жизни и понимания задач данного исследования в качестве аксиоматической основы выбирается *экзистенциалистская концепция сущности жизни человека* [6, 7]. На ее основе ниже приводятся определения и понятия, основополагающие для данного исследования.

Жизнь человека – это процесс самореализации заложенного в человеке природой и развивающегося после рождения жизненного потенциала; он представляет собой жизнедеятельность, включающую физиологические функции и выполнение деятельности во внутренней (психической) и внешней (материальной и социальной) сферах, направленную на самосохранение, развитие и репродукцию себя, на познание мира и его преобразование в целях удовлетворения своих и общественных потребностей. Процесс жизни – это последовательность циклов «желание – деятельность по достижению желаемого – удовлетворенность достигнутым – появление нового желания». Жизнь социума – процесс взаимосогласованной жизни образующих данный социум индивидов и выполнения организованной определенным образом их совместной деятельности, направленной на сохранение социума, его развитие и достижение общих для социума, как коллективного субъекта, целей.

В историческом аспекте сущность жизни людей представляет собой процесс адаптационно-гомеостатического и трансформационно-созидательного взаимодействия с окружающей средой, направленный на сохранение и

развитие жизни человечества во все более широких границах природных условий путем научно-технического прогресса, личностного совершенствования и преодоления социальных противоречий. Смысл жизни – разумное основание, значение, цель, которую стремится достичь человек. Смысл жизни – это доминирующая и устойчивая цель жизнедеятельности человека, ориентация человека на ценности самого процесса жизни в разных его проявлениях.

Опираясь на сформулированное выше понимание сущности жизни человека и предложенную Г. М. Зараковским [5, с. 58] форму представления функциональной системы жизни человека можно представить элементы системы жизни человека и социума, жизнь как систему (рис. 1).

Сделаем ряд комментариев к представленной системе жизни. *Жизненный потенциал* (статусный и ситуационный) индивида – комплекс тех свойств человека, которые лежат в основе его возможности осуществлять жизнедеятельность с тем или иным уровнем активности и полноты самореализации. *Побудительные элементы* статусного жизненного потенциала и функциональные системы деятельности активируют деятельность человека. Потребности, интересы и ценности, с одной стороны, являются возможностями реализации жизненного потенциала, а с другой – иницируют саму реализацию. *Жизнедеятельность человека* – совокупность всех присущих человеку процессов: от физиологических функций, необходимых для жизни человека как биологического организма, до созидательной деятельности, рефлексии, эмоционально-чувственных переживаний, других видов активности, свойственных человеку как личности, субъекту. *Инструменты* – это: орудия труда, транспортные средства, информация и т.п. *Ресурсы* – это: продукты питания, энергоносители и т.п. природные объекты, финансы и всякого рода социальные поддержки человека. *Среда* представлена не зависящими от индивида природными, техногенными, информационными и социальными факторами, обуславливающими условия жизни человека. *Результаты жизнедеятельности* – это результаты поведения человека в отношении целевых предметов, что, в частности, реализуется в потреблении товаров и услуг и в отношении субъектов деятельности – других индивидов.

Таким образом, жизнь – это процесс реализации жизненного потенциала носителя жизни. Реализуются, во-первых, генетически заданное сохранение, развитие и репродукция человека как биопсихосоциального объекта и субъекта, во-вторых, генерируемая самим человеком в процессе деятельности целевая трансформация внешних и внутренних (самого себя) объектов. Этот процесс происходит в природной, в искусственной антропогенной и социальной средах путем сложного противоборствующего взаимодействия с разными объектами и субъектами, «населяющими» эти среды. Можно выделить факторы человеческой жизни:

- жизнь определяется присущими человеку внутренними возможностями осуществлять жизненные процессы, т.е. его жизненным потенциалом;
- следующим фактором жизни являются внешние возможности, т.е. свойства окружающих сред, объектов и субъектов, имеющих инструменты и ресурсы. Они должны быть такими, чтобы жизненный потенциал мог, безусловно, осуществляться, а результаты жизнедеятельности имели значимую вероятность достижения целей для людей, которые хотят это сделать и прилагают для этого необходимые усилия;

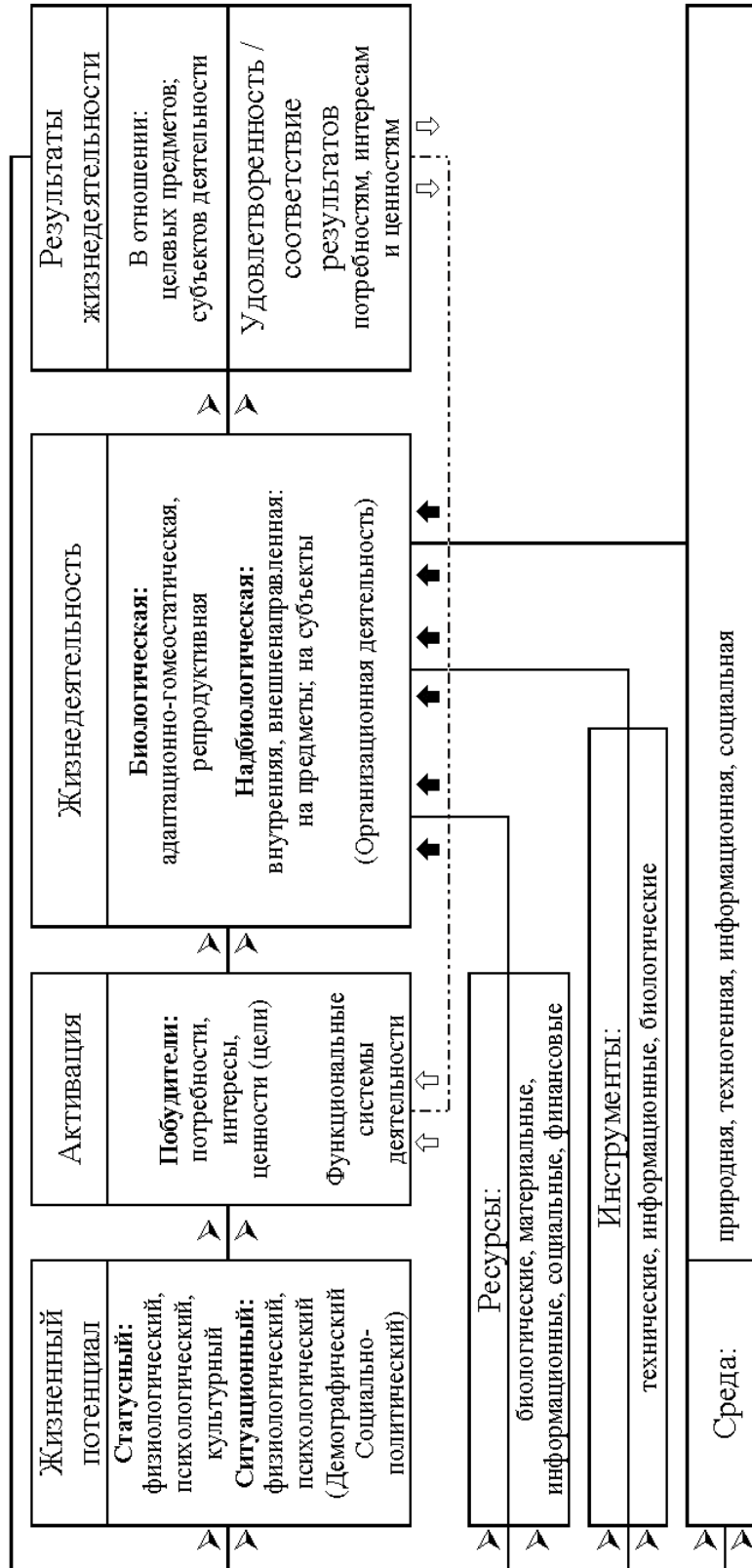


Рис. 1. Функциональная система жизни человека (социума)

– другим фактором жизни являются процессуально-результативные характеристики целевых жизненных процессов (деятельности) по отношению к имеющимся у людей потребностям, интересам, ценностям и целям. Это характеристики поведения людей в реальной жизни, в частности потребительского поведения и удовлетворенности сторонами жизни.

Данное экзистенциальное представление функциональной системы жизни человека содержит в себе ряд ключевых понятий маркетинга: потребности, население-потребитель, потребительское поведение, удовлетворенность. Оно дополняется путем *транскрипции ряда традиционных маркетинговых моделей, концепций, методов* представления и исследования потребительно-покупательского поведения:

– модель «черного ящика» покупательского поведения [8, с. 211; 9, с. 62], предполагающая изучение реакций потребителя на внешние воздействия и полезна с точки зрения первичного уточнения сфер исследования потребительского поведения;

– модель процесса покупки или принятия решения покупателем [10, с. 53], определяющая этапы процесса покупки;

– развернутая модель формирования спроса и его детерминант [11, с. 28; 12, с. 115], которая демонстрирует принципиальные возможности влияния на механизм и процесс потребительского поведения на рынке и, в итоге, на спрос;

– концепция трехуровневой поведенческой реакции покупателя (или потребительского отношения) на рынке и основных характеристик реакции рынка [2, с. 213; 13, с. 574].

В результате разрабатывается *маркетинговая модель жизнедеятельности населения территории, выделяются детерминанты жизнедеятельности и характеристики реакции населения* (рис. 2).

Данная модель имеет *ориентационную функцию* представления теоретико-мировоззренческого видения жизни населения территории в рамках актуальной концепции исследования качества жизни.

Имеются и *две прагматические функции*, первая из которых состоит в выделении комплекса элементов количественной определенности жизни (рис. 3), вторая – в выделении свойств и характеристик жизни, что в свою очередь обеспечивает параметризацию качества жизни.

Констатируется, что под *количественной определенностью жизни*, следовательно и *качества жизни*, необходимо понимать *уровень выраженности совокупности свойств жизни, ее результатов и их соответствия некоторому предельно минимальному уровню или какому-либо иному ориентиру*. Качество жизни человека – это оценочная категория, обобщенно характеризующая параметры всех составляющих жизни человека. Таким образом, установлено, что *качество жизни (населения территории) определяется* жизненным потенциалом населения, входящих в него социальных групп и отдельных граждан, условиями жизнедеятельности, соответствием характеристик процессов, средств, условий и результатов жизнедеятельности потребностям, интересам и ценностям населения территории, которые можно выражать через показатели *спроса, предложения и удовлетворенности*. Элементы комплекса составляющих количественную определенность жизни в той или иной мере участвуют в процессе параметризации качества жизни.

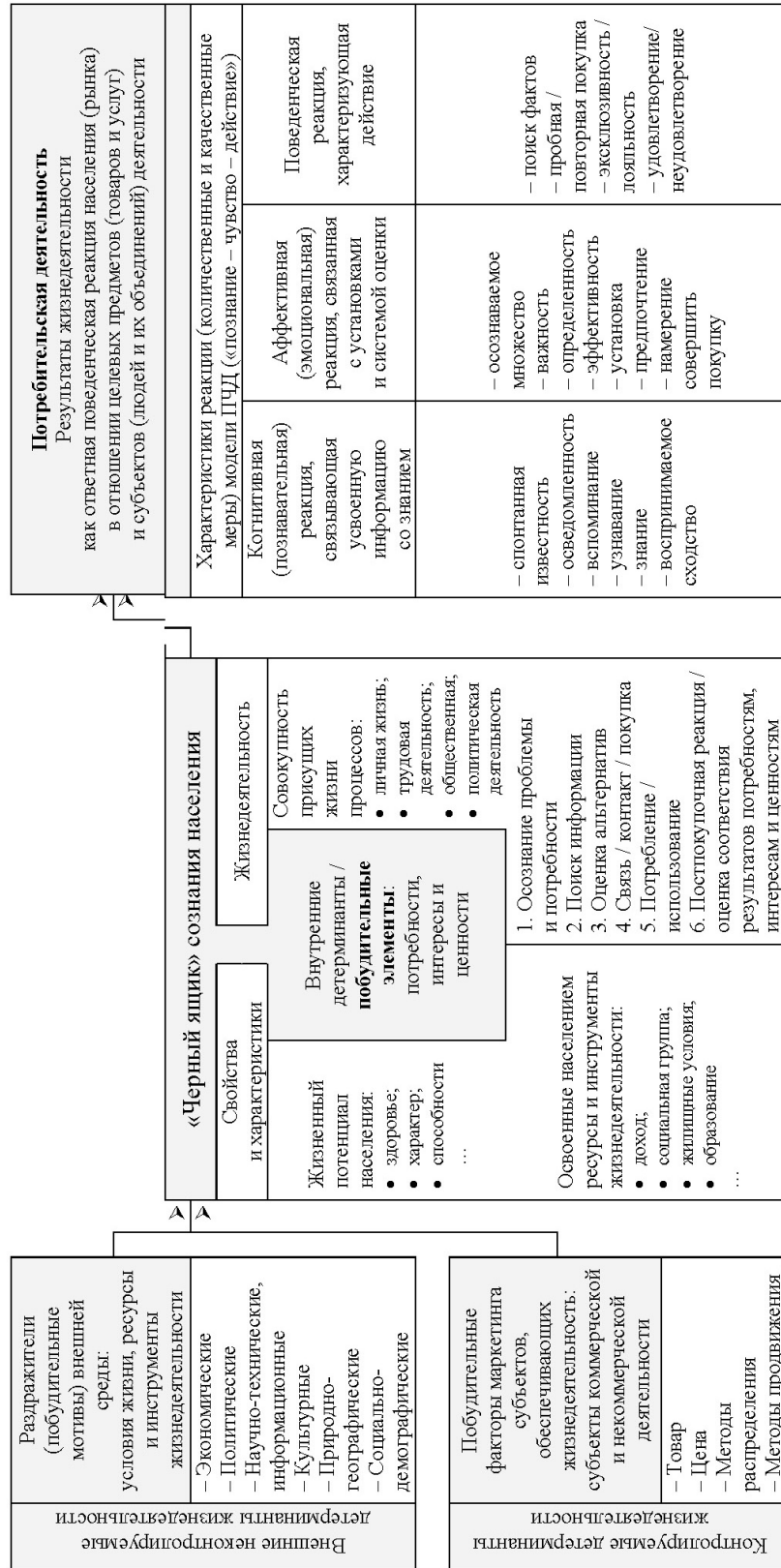


Рис. 2. Маркетинговая модель жизнедеятельности населения территории, формирования детерминант жизнедеятельности и характеристик реакции населения



Рис. 3. Комплекс элементов количественной определенности жизни

Методологические подходы к исследованию и параметризации качества жизни расходятся именно по вопросу главенства, степени участия и состава элементов. Определенность наступает лишь вследствие авторской концепции исследования и интерпретации качества жизни с позиций субъекта управления территорией и самого населения. Каждый конкретный методологический подход к параметризации качества жизни опирается на свою модель отображения приоритетности и связи между элементами количественной определенности жизни и, как следствие, систему/схему показателей оценки качества жизни.

Список литературы

1. Субетто, А. И. Качество жизни: грани проблемы / А. И. Субетто. – СПб. ; Кострома : Астерион, КГУ им. Н. А. Некрасова, 2004. – 210 с.
2. Кулайкин, В. И. Социально-психологические параметры качества жизни в различных социальных группах : автореф. дис. ... канд. психол. наук / Кулайкин В. И. – Кострома, 2006.
3. Словарь русского языка : в 4 т. – М. : Государственное издательство иностранных и русских словарей, 1959. – Т. 2.
4. Качество жизни: сущность, оценка, стратегия формирования / под ред. Л. А. Кузьмичева, М. В. Федорова, Е. Е. Задесенца. – М. : ВНИИТЭ, 2000. – 421 с.
5. Зараковский, Г. М. Качество жизни населения России: Психологические составляющие / Г. М. Зараковский. – М. : Смысл, 2009. – 319 с.
6. Буржуазная философия XX века. Экзистенциализм. – М. : Политиздат, 1974. – 335 с.
7. Экзистенциализм (историко-критический очерк) // Вопросы философии. – 1966. – № 12. – С. 10–19; 1967. – № 1. – С. 17–23.
8. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер. – 11-е изд. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.
9. Минаев, Д. В. Маркетинг в схемах и моделях / Д. В. Минаев. – Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 480 с. – (Высшее профессиональное образование).
10. Фоксол, Г. Психология потребителя в маркетинге / Г. Фоксол, Р. Голдсмит, С. Браун ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с.
11. Немчин, А. М. Маркетинг / А. М. Немчин, Д. В. Минаев. – СПб. : Бизнес-пресса, 2001. – 512 с.

12. **Ламбен, Ж.-Ж.** Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг ; пер. с англ. ; под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2008. – 720 с.
13. **Ламбен, Ж.-Ж.** Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с англ. ; под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2004. – 800 с.
14. **Энджел, Д. Ф.** Поведение потребителей / Д. Ф. Энджел, Р. Д. Блэкуэлл, П. У. Миниард ; пер. с англ. – 8-е изд. – СПб. : Питер, 1999. – 759 с.

Семеркова Любовь Николаевна

доктор экономических наук, профессор,
заведующая кафедрой маркетинга,
коммерции и сферы обслуживания,
Пензенский государственный
университет

E-mail: penzmarketing@mail.ru

Semerкова Lyubov Nikolaevna

Doctor of economic sciences, professor,
head of sub-department of marketing,
commerce and service sector,
Penza State University

Соколова Надежда Геннадьевна

кандидат экономических наук, доцент,
кафедра экономики, технологии
и управления коммерческой
деятельностью, Ижевский
государственный технический
университет

E-mail: Sokolova-ng@mail.ru

Sokolova Nadezhda Gennadyevna

Candidate of economic sciences, associate
professor, sub-department of economics,
technology and administration
of commercial activity,
Izhevsk State Technical University

Бахтеев Юсеф Джафярович

доктор экономических наук, профессор,
кафедра менеджмента, Пензенский
государственный университет

E-mail: management@pnzgu.ru

Bakhteev Yusef Dzhafyarovich

Doctor of economic sciences, professor,
sub-department of management,
Penza State University

УДК 339.13

Семеркова, Л. Н.

К вопросу моделирования жизнедеятельности населения с позиции маркетинга территории / Л. Н. Семеркова, Н. Г. Соколова, Ю. Д. Бахтеев // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2012. – № 1 (21). – С. 167–174.