

УДК 339.13.017

С.П. Романович

аспирант первого года обучения каф. экономики торговли и услуг
Белорусского государственного экономического университета
e-mail: ptaschkas@mail.ru

СТРУКТУРИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ В КОНТЕКСТЕ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Проведен анализ территориальной структуры потребительского рынка, и на его основе реализован методический подход к классификации и группировке региональных потребительских рынков административно-территориальных районов Брестской области, обеспечивающий максимизацию использования внутренних резервов экономического роста в средне- и долгосрочной перспективе, что соответствует стратегической цели региональной политики. Показано прикладное значение такого подхода; на основе совмещения проведенных классификаций построена матрица позиционирования районов по социально-экономическим условиям и условиям инфраструктуры потребительского рынка региона.

Введение

Потребительский рынок играет важную роль в решении социальных проблем, обеспечивая создание дополнительных рабочих мест, рост занятости экономически активного населения и повышение благосостояния нации [9, с. 436]. В связи с этим потребительский рынок можно назвать своеобразным социальным индикатором. Развитие потребительского рынка в целом зависит от состояния региональных потребительских рынков. Региональные интересы и устремления людей, проживающих на определенных территориях, должны непременно учитываться для улучшения социальных условий согласно концепции устойчивого развития на местном уровне.

Приоритеты государственной политики по обеспечению устойчивого социально-экономического развития определены Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. В соответствии с данным документом стратегической целью региональной политики является комплексное развитие каждого региона и уменьшение существующих региональных различий с учетом эффективного использования его ресурсного потенциала и конкурентных преимуществ в интересах обеспечения высоких стандартов жизни населения, сохранения природы и позитивного вклада регионов в национальную конкурентоспособность и безопасность [5, с. 115].

Таким образом, в современных социально-экономических условиях особую актуальность имеют вопросы стратегического планирования потребительских рынков регионов, обеспечивающего максимизацию использования внутренних резервов экономического роста в средне- и долгосрочной перспективе. В связи с этим определенный научный интерес приобретают и вопросы структурирования внутренних рынков, самым емким из которых является потребительский.

Вопросам развития и функционирования потребительского рынка страны и региона посвящали свои исследования ряд отечественных и зарубежных авторов: В.С. Антонюк, Л.Я. Баранова, И.В. Данилова, Е.Б. Дворякина, У. Изард, А.И. Левин, И.М. Микулич, Н.П. Пасешник, Г.В. Ридевский, Н. С. Шелег и др.

Научный руководитель – Н.С. Шелег, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики торговли и услуг Белорусского государственного экономического университета

Анализ экономической литературы, посвященной проблемам развития потребительских рынков, показал разнообразные подходы и большое количество используемых признаков классификации. К ним относятся: объектный подход, который разграничивает рынок по объемам, типу потребительских товаров, товарному составу благ; субъектный подход, который выделяет потребительские рынки по основным участникам товарообменных операций; инфраструктурный подход, при котором внимание акцентируется на организации процесса торговли (организованный, неорганизованный); по уровню локализации выделяют межрегиональные, региональные и местные рынки.

Несмотря на разнообразные подходы и большое количество классификационных признаков, существует неоднозначность в понимании внутренних характеристик этих рынков, что снижает качество и результативность проводимых исследований. В частности, региональные и локальные рынки, представляющие собой части внутреннего рынка страны и выделяемые по территориальному признаку, не имеют четкого определения, которое раскрывало бы пространственные границы рынков. К настоящему времени авторы исходят из целей и задач своих исследований, что предполагает различие изучаемых аспектов данного вопроса.

Решение вопросов классификации и группировки внутренних рынков способствует развитию и совершенствованию стратегического планирования социально-экономических систем. В этом контексте целью исследования является проведение такой группировки потребительского рынка, которая бы способствовала приданию необходимого стратегического вектора развития исследуемому потребительскому рынку.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) провести анализ работ, посвященных классификации потребительского рынка по территориальному признаку;
- 2) определить структуру потребительского рынка Республики Беларусь в рамках проводимого исследования;
- 3) классифицировать и группировать региональные потребительские рынки районов Брестской области с помощью подхода, отвечающего современной тенденции увеличения количества учитываемых факторов;
- 4) построить матрицу позиционирования районов по социально-экономическим условиям и условиям инфраструктуры потребительского рынка региона.

Анализ исследований, посвященных классификации потребительского рынка по территориальному признаку

Среди наиболее интересных работ, посвященных вопросам классификации потребительского рынка по территориальному признаку, рассмотрим те, которые имеют большое теоретическое значение в разработке методического аппарата исследования тенденций его формирования и развития на региональном и локальном уровнях.

У. Изардом предложена следующая классификация товаров и рынков:

- 1) национальные (необходимые для всей рыночной системы товары, производство и потребление которых балансируется внутри страны в целом);
- 2) региональные (товары, производство и потребление которых уравнивается по стране в целом и в пределах метрополитенского ареала);
- 3) субрегиональные (товары, производство и потребление которых уравнивается внутри каждого субъекта региона, входящего в состав метрополиенского ареала);
- 4) местные (товары, производство и потребление которых уравнивается в пределах каждого микрорайона, а также в пределах любого другого субрегиона) [4, с. 102].

Л.Я. Баранова, А.И. Левин, структурируя внутренний рынок по территориальному признаку, выделяют три вида рынков: совокупный национальный, региональный и локальный. Под совокупным национальным рынком понимается весь внутренний ры-

нок данной страны, ограниченный рамками ее государственных границ. Региональный рынок – это рынок отдельного территориального подразделения. Локальный рынок – рынок какой-либо местности, включающей некоторую совокупность населенных пунктов [2, с. 224]. Авторы отмечают, что понятие «локальный рынок» употребимо в основном по отношению к рынку товаров народного потребления и платных услуг. «Региональные и локальные рынки в отличие от совокупного национального не имеют строго очерченных границ, тесно связаны между собой. Эта связь проявляется, например, в том, что продукция, производимая в одном территориальном подразделении (области, крае, республике), может быть реализована и за его пределами (т.е. в других областях, краях, республиках), так же как население одного региона или местности может приобретать товары в других республиках, областях, городах, местностях» [2, с. 225].

Очевидно, что региональный рынок является частью национального потребительского рынка. В определении авторы ограничивают этот рынок территориальным подразделением. Применительно к потребительскому рынку Республики Беларусь региональными рынками являются потребительские рынки областей, районов. Однако авторы дополняют определение и регионального, и локального потребительских рынков как не имеющих строго очерченных границ.

Анализ научной литературы показал, что более разработанным и устоявшимся по сравнению с понятием «локальный потребительский рынок» является понятие «региональный потребительский рынок».

Е.Б. Дворядкина предлагает следующее определение понятия «локальный потребительский рынок»: это система экономических отношений, возникающих между продавцами и покупателями товаров и услуг, предназначенных для личного потребления, свойственная определенной территории (городу, городскому району, городу с окружением, сельскому поселению) [3 с. 101]. Автор считает, что локальному потребительскому рынку характерны определенные границы, но эти границы подвижны. В данном случае локальным рынком можно называть потребительский рынок определенной территории. В соответствии с определением, предложенным Е.Б. Дворядкиной, можно сделать вывод, что локальные потребительские рынки имеют разный масштаб. Например, городская инфраструктура потребительского рынка создает более широкие возможности удовлетворения потребительских предпочтений населения по сравнению с сельской инфраструктурой.

Потребительские рынки Республики Беларусь исследовал Г.В. Ридевский. Он рассматривал рынки «как пространственные системы, связанные с расселением населения, так как люди – конкретные потребители товаров и услуг и именно их расселение обуславливает существующие территориальные системы организации потребительских рынков» [8, с. 263].

Классификация региональных потребительских рынков по системе расселения населения может структурировать самоорганизующиеся региональные потребительские рынки, которые формируются и соответствуют исторически сложившимся системам расселения населения, однако она не отражает всех социально-экономических условий территорий и вовсе не учитывает созданных условий инфраструктуры потребительского рынка.

В соответствии с данным признаком потребительский рынок Беларуси состоит из 15 региональных потребительских рынков: Брестского, Барановичского, Пинского, Витебского, Оршанского, Полоцкого, Гомельского, Мозырского, Гродненского, Лидского, Минского, Солигорского, Могилевского, Бобруйского, Кричевского. Каждый из этих рынков включает соответствующие им города и районы. Например, на территории Брестской области функционируют 3 региональных потребительских рынка с соответствующими им территориями (таблица 1).

Таблица 1. – Состав территории региональных потребительских рынков Брестской области по классификации Г. Ридевского

Региональный потребительский рынок	Города и районы
Брестский	г. Брест, Брестский, Каменецкий, Кобринский, Ивановский, Пружанский, Березовский, Жабинковский
Барановичский	г. Барановичи, Барановичский, Клецкий, Кореличский, Слонимский, Ганцевичский, Ляховичский, Несвижский, Ивацевичский
Пинский	г. Пинск, Пинский, Дрогичинский, Лунинецкий, Столинский

Из таблицы видно, что потребительские рынки Брестской области включают некоторые районы Минской и Гродненской областей.

Структура потребительского рынка Республики Беларусь

Учитывая вышеизложенное и то, что государственная статистика в Республике Беларусь, характеризующая развитие потребительских рынков, представлена в разделе страны в целом, областей Беларуси и г. Минска, административно-территориальных районов и городов областного подчинения, предлагаем структуру потребительского рынка Республики Беларусь по территориальному признаку.

В соответствии со структурой рынка Л.Я. Барановой, А.И. Левина применительно к Республике Беларусь региональными потребительскими рынками могут быть потребительские рынки областей и районов. По определению, данному Н.В. Новиковой, локальным потребительским рынком может являться рынок определенной территории (города, городского района, сельского поселения и т.д.). Необходимо учитывать, что региональный рынок района состоит из локальных рынков поселений данного района. Более наглядно структура потребительского рынка Республики Беларусь представлена на рисунке. Очевидно, что характеристики данных рынков существенно отличаются. В своих исследованиях В.С. Антонюк, И.В. Данилова, Н.П. Пасешник видят причину отличия территориальных потребительских рынков в «зависимости параметров рынков от уровня территориальной децентрализации, которые создают отличия по насыщенности, структуре, дифференцированности объекта торговли» [1, с. 238]. Территориальная децентрализация потребительских рынков обязывает применять различные методические подходы к их типологии.

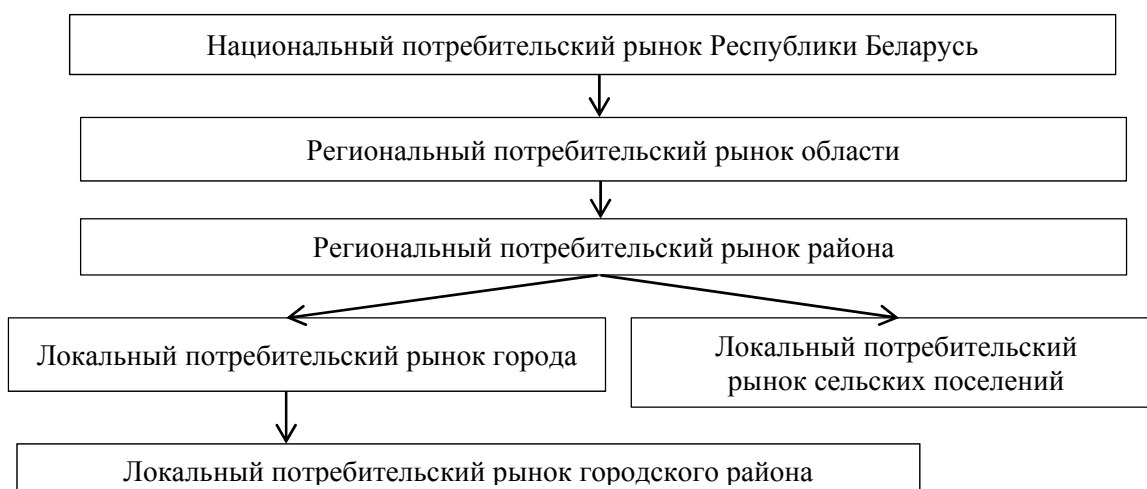


Рисунок. – Структура потребительского рынка Республики Беларусь

Классификация и группировка региональных потребительских рынков районов Брестской области

Проведем классификацию и группировку региональных потребительских рынков районов Брестской области, используя подход, учитывающий современную тенденцию увеличения количества факторов, определяющих комплексные границы выделяемых зон. Для этого классифицируем региональные потребительские рынки районов Брестской области по социально-экономическим условиям и условиям региональной инфраструктуры этих потребительских рынков. Это даст возможность определить стратегический вектор развития потребительского рынка и обеспечить максимизацию использования внутренних резервов экономического роста в средне- и долгосрочной перспективе. Социально-экономические условия, влияющие на функционирование потребительских рынков и уровень их развития, определяют показатели уровня жизни населения, социально-демографических процессов, трудовых ресурсов.

Классификация административных районов Брестской области была проведена по этим признакам и инфраструктурному обустройству товаропотоков с помощью кластерного анализа в пакете IBM SPSS Statistics 22 по методу k-средних. Для этого использованы показатели отчетных статистических материалов административно-территориальных районов Брестской области. Объектом классификации стали потребительские рынки 16 административных районов Брестской области (за исключением городов Брест, Барановичи, Пинск). Классификация административных районов по социально-экономическим характеристикам и по отраслевым условиям проводилась по показателям 2015 г. (таблица 2).

Таблица 2. – Показатели классификации региональных потребительских рынков районов Брестской области

Классификационный признак	Показатели районных потребительских рынков Брестской области
<i>Социально-экономические условия районных потребительских рынков</i>	
Уровень жизни населения	X1 – номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников, руб.
	X2 – численность занятого населения (в среднем за год)
Социально-демографические и миграционные процессы	X3 – численность населения (на конец года)
	X4 – территория, км ²
<i>Условия инфраструктуры районных потребительских рынков</i>	
Инфраструктурное обустройство товаропотоков	X5 – количество объектов розничной торговли, ед.
	X6 – торговая площадь магазинов на 10 000 человек, м ²
	X7 – Число мест в объектах общественного питания на 10 000 человек, ед.

В результате проведенной кластеризации было сформировано по четыре кластера в каждой из двух групп показателей (по социально-экономическим характеристикам и по отраслевым условиям). Каждый кластер состоит из районов с близкими по значению соответствующими классификационными показателями (таблица 2).

В таблице 3 представлен розничный товарооборот на душу населения по районам и средний розничный товарооборот на душу населения по кластерам. Показатель розничного товарооборота на душу населения использовался при переходе от кластеров 1, 2, 3, 4 к группам. Классификация административных районов на группы и по первому, и по второму признаку основывалась на расчете показателей, раскрывающих количественно каждый классификационный признак. Результаты проведенного кластерного анализа представлены в таблице 3.

Таблиця 3. – Класифікація адміністративно-територіальних районів Брестської області по кластерам і групам (по соціально-економічним умовам і по умовам інфраструктури регіональних потребителських ринків)

Кластеризация по социально-экономическим условиям		Кластеризация с учетом местной инфраструктуры районных потребительских рынков					
Классификация по группам	Среднедушевой розничный товарооборот по району, тыс. руб.	Средний по кластеру душевой розничный товарооборот, тыс. руб.	Классификация по группам	Классификация по группам	Среднедушевой розничный товарооборот по району, тыс. руб.	Средний по кластеру душевой розничный товарооборот, тыс. руб.	
1	Березовский Лунинецкий Столинский	250 57,6 236 17,2 195 60,9	Б	1	Барановичский	167 72,6	185 33,7
					Жабинковский	211 33,6	
					Каменецкий	182 86,4	
					Лунинецкий	236 17,2	
					Ляховичский	176 13,5	
					Пинский	127 51,8	
					Столинский	195 60,9	
					Березовский	250 57,6	
					Дрогичинский	188 89,7	
					Ивановский	205 00,3	
2	Кобринский	268 11,9	А	1	Лунинецкий	236 17,2	В
					Ляховичский	176 13,5	
					Пинский	127 51,8	
					Столинский	195 60,9	
					Березовский	250 57,6	
3	Ивацевичский Каменецкий Пинский Пружанский Барановичский Ганцевичский Жабинковский Ляховичский Малоритский	230 70,0 182 86,4 127 51,8 210 56,0 167 72,6 215 02,9 211 33,6 176 13,5 194 19,0	Г	2	Березовский	250 57,6	184 61,3
					Дрогичинский	188 89,7	
					Ивановский	205 00,3	
					Ивацевичский	230 70,0	
					Малоритский	194 19,0	
					Брестский	146 75,0	
					Ганцевичский	215 02,9	
					Жабинковский	211 33,6	
					Ляховичский	176 13,5	
					Пружанский	210 56,0	
4	Жабинковский Ляховичский Малоритский	211 33,6 176 13,5 194 19,0	В	4	Ганцевичский	215 02,9	192 88,3
					Жабинковский	211 33,6	
					Ляховичский	176 13,5	
					Малоритский	194 19,0	

Таким образом, по социально-экономическим условиям сформировано 4 группы административно-территориальных районов. Самый высокий показатель среднего по кластеру розничного товарооборота на душу населения 26 811,9 тыс. руб. принадлежит кластеру 2, который соответствует группе А; чуть ниже этот показатель у кластера 1 и группы Б – 22 745,1 тыс. руб.; средний по кластеру розничный товарооборот на душу населения в размере 19 288,3 тыс. руб. у кластера 4 и группы В; самый низкий размер этого показателя у кластера 3 и группы Г. Аналогично сформированы группы в результате кластеризации по показателям инфраструктуры потребительских рынков районов. Самый высокий показатель среднего по кластеру розничного товарооборота на душу населения у кластера 4 и группы А – 23 123,6 тыс. руб.; ниже этот показатель у кластера 2 и группы Б – 21 387,3 тыс. руб.; еще ниже (18 533,7 тыс. руб.) у кластера 1 и группы В; самый низкий (14 675,0 тыс. руб.) у кластера 3 и группы Г.

Социально-экономические условия и инфраструктура потребительского рынка Брестской области

На основе совмещения проведенных классификаций можно построить матрицу позиционирования районов по социально-экономическим условиям и условиям инфраструктуры потребительского рынка региона, которая позволяет выделить 16 типов территорий (таблица 4).

Таблица 4. – Позиционирование административных районов Брестской области на основе социально-экономических условий и инфраструктуры потребительского рынка

	Социально-экономические условия				
	Группа	Г	В	Б	А
Инфраструктура потребительского рынка (местные условия)	А	Пружанский	Ганцевичский	–	Кобринский
	Б	Дрогичинский, Ивановский, Ивацевичский	Малоритский	Березовский	–
	В	Каменецкий, Пинский	Барановичский, Жабинковский, Ляховичский	Лунинецкий, Столинский	–
	Г	Брестский	–	–	–

По двум классификационным признакам лучшие показатели имеет Кобринский район, показатели «выше среднего» у Березовского района. В Ганцевичском районе при высоких показателях местных торговых условий (группа А) размер доходов (пенсии и заработная плата) ниже среднего показателя. Несмотря на низкий показатель социально-экономических условий (группа Г), хорошо развита торговая инфраструктура в Дрогичинском, Ивановском и Ивацевичском районах (группа Б); Пружанский район по последнему показателю относится к группе А. «Выше среднего» торговая инфраструктура в Малоритском районе, а социально-экономические условия «ниже среднего». В соответствии с матрицей позиционирования показатели социально-экономических условий сдерживают эффективное развитие потребительских рынков названных выше районов. Значительный уровень социально-экономических условий (группа Б) при уровне «ниже среднего» местной торговой инфраструктуры в Лунинецком и Столинском районах позволяют потребительским рынкам находиться в конкурентном состоянии. По обоим классификационным признакам показатели «ниже среднего» (группа В) имеют Барановичский, Жабинковский и Ляховичский районы. Отсюда можно сделать вывод, что низкий размер доходов (пенсии и заработная плата) не стимулируют бизнес к расширению торговой инфраструктуры в этих районах. Каменецкий и Пинский районы в классификации по местным условиям находятся на уровне «ниже среднего» (группа В), однако по социально-экономическим характеристикам у этих районов низкие показатели. Также низкие показатели, характеризующие и инфраструктурное

обеспечение, и социально-экономические параметры имеет Брестский район. Потребительские рынки данных районов находятся в состоянии упадка.

Заклучение

На основании теоретического анализа территориальной структуры потребительского рынка реализован методический подход к классификации и группировке региональных потребительских рынков административно-территориальных районов Брестской области, обеспечивающий максимизацию использования внутренних резервов экономического роста в средне- и долгосрочной перспективе. Прикладное значение данного подхода состоит в том, что на основе совмещения проведенных классификаций построена матрица позиционирования районов по социально-экономическим условиям и условиям инфраструктуры потребительского рынка региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антонюк, В. С. Функционирование и развитие территориальных потребительских рынков: теоретические, методические и прикладные аспекты / В. С. Антонюк, И. В. Данилова, Н. П. Пасешник // Экономика региона. – 2013. – № 4. – С. 237–249.
2. Баранова, Л. Я. Потребности, доходы, потребление : экон. слов.-справ. / Л. Я. Баранова, А. И. Левин. – М. : Экономика, 1988. – 351 с.
3. Дворядкина, Е. Б. Локальный потребительский рынок товаров и услуг: теоретические аспекты исследования / Е. Б. Дворядкина // Изв. Урал. гос. экон. ун-та. – 2011. – № 6 (38). – С. 98–104.
4. Изард, У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах / У. Изард. – М. : Прогресс, 1966. – 659 с.
5. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.srrb.-niks.by>. – Дата доступа: 25.07.2017.
6. Регионы Республики Беларусь (т. 1) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.-by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/index_6343/. – Дата доступа: 29.07.2017.
7. Регионы Республики Беларусь (т. 2). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.-by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/index_6344/. – Дата доступа: 29.07.2017.
8. Ридевский, Г. В. Закономерности пространственного развития региональных потребительских рынков Беларуси в 1990–2012 гг. / Г. В. Ридевский // Гісторыя гандлю ў Беларусі (ад старажытных часоў да канца ХХ в.) : матэрыялы I Міжнар. навуц.-практ. канф., Мінск, 14–16 ліст. 2013 г. – Мінск : Тэхналогія, 2014. – С. 261–273.
9. Шелег, Н. С. Стратегия развития потребительского рынка Беларуси с учетом интеграционных процессов / Н. С. Шелег, И. М. Микулич // Науч. тр. Белорус. гос. экон. ун-та. – Минск : БГЭУ, 2013. – Вып. 6. – С. 432–440.

Рукапіс паступіў рэдакцыю 04.10.2017

Romanovich S.P. Structuring of the Consumer Market of Brest Region in the Context of Sustainable Development of the Region

In the article the territorial structure of the consumer market is analyzed and on its basis a methodological approach to the classification and grouping of the regional consumer markets of the administrative-territorial districts of the Brest region is implemented, which provides a maximization of utilization of internal reserves of economic growth in the medium and long term that meets the strategic objectives of the regional policy. The practical value of this approach is shown, which is based on the combination of conducted classifications, a matrix of positioning areas on socio-economic and infrastructure conditions of the consumer market of the region is built.