

УДК 338.1

Светлана Павловна Романович
преподаватель каф. философии и экономики
Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина
Svetlana Romanovich
Cat Teacher of the Department of Philosophy and Economics
at the Brest State A. S. Pushkin University
e-mail: Ptaschkas@mail.ru

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ: МЕТОДИКА ОЦЕНКИ

Представлена авторская методика оценки развития регионального рынка потребительских товаров, основанная на исследовании факторов спроса и предложения. В результате применения предлагаемого методического инструментария проведена оценка развития рынка потребительских товаров Брестской области.

Ключевые слова: региональный рынок потребительских товаров, оценка развития рынка потребительских товаров, факторы спроса, факторы предложения.

Development of the Regional Consumer Goods Market: Assessment Methodology

The author's methodology for assessing development of the regional consumer goods market based on the study of supply and demand factors is presented. As a result of the application of the proposed methodological tools, an assessment of development of the consumer goods market in the Brest region has been conducted.

Key words: regional consumer goods market, assessment of the development of the consumer goods market, demand factors, proposals.

Введение

Быстро меняющиеся условия развития регионов требуют координации внимания на анализе и оценке региональных социально-экономических систем. Региональный рынок потребительских товаров, являясь социально-экономической системой региона, также требует анализа и оценки своего развития. С учетом того, что на рынке потребительских товаров отражаются и достижения, и проблемы развития страны и регионов, возникает вопрос, можно ли количественно измерить и дать качественную характеристику развитию рынков потребительских товаров регионов?

Отечественные и зарубежные авторы (Я. М. Александрович, А. В. Богданович, В. П. Герасенко, М. И. Демчук, Е. Б. Дорина, Р. Я. Костерова, Л. М. Крюков, А. И. Мороз, Г. Н. Плаксина, С. С. Полоник, Г. В. Ридевский, О. В. Сивограков, Н. Ю. Трифионов, В. Н. Шимов, О. С. Шимова и др.) предлагают подходы, методики к исследованию и оценке различных аспектов регионального развития. Также некоторые авторы предлагают методики оценки региональных рынков и отдельных отраслевых рынков. Так, З. М. Ильина, С. А. Кондра-

тенко предлагают методику комплексной оценки устойчивости регионального продовольственного рынка. Существенный вклад в изучение потребительского рынка внесли И. К. Беляевский, Т. В. Ускова, которые анализировали закономерности состояния и развития рынка товаров и услуг, а также проблемы статистики рынка.

Отдельные проблемы экономической диагностики состояния рынка потребительских товаров и услуг рассматриваются в работах С. О. Беловой, Р. П. Валевиц, А. В. Владыко, К. П. Дьяченко, Г. А. Короленка, И. М. Микулич, Т. И. Николаевой, А. С. Новоселова, М. В. Петровича, Н. Н. Терещенко, Н. С. Шелега, Р. И. Шпинера и др.

Таким образом, при наличии большого числа исследований в настоящее время нет единого комплексного подхода, который позволил бы конкретизировать информацию о методах исследования региональных рынков потребительских товаров.

В статье предлагается методика оценки развития регионального рынка потребительских товаров. В результате применения этой методики необходимо количественно оценить и дать качественную характеристику развития рынка потребительских това-

ров региона. Для этого необходимо уточнить определение категории «региональный рынок потребительских товаров», определить очередность действий применения методики оценки развития регионального рынка потребительских товаров. Результаты апробации предлагаемой методики представлены на примере рынка потребительских товаров Брестской области.

Основная часть

Анализ литературы по теме исследования показал, что нет единого определения понятия «региональный рынок потребительских товаров». Категорию «рынок потребительских товаров» определяют и как сферу товарного обращения, совокупность условий характеризующих куплю-продажу потребительских товаров по их вещественному составу и стоимости [1, с. 17], и как совокупность экономических отношений. Например, Р. И. Шакланова пишет, что рынок потребительских товаров и услуг – это система экономических отношений по поводу организации обращения и реализации товаров и услуг между субъектами, реализующими товары и предоставляющими услуги, и населением в целях удовлетворения потребностей в товарах и услугах [2, с. 19].

Уточняющим является определение Р. П. Валевиц и Г. А. Давыдовой: «Рынок потребительских товаров – это совокупность социально-экономических отношений, проявляющихся в процессе купли-продажи товаров народного потребления и услуг, удовлетворения имеющихся и формирующихся потребностей потенциальных потребителей» [3, с. 34]. В данном определении социально-экономический аспект рынка идентифицируется: 1) с экономическими отношениями в процессе купли-продажи и 2) с психологическими отношениями – в удовлетворении потребностей потенциальных покупателей.

Рассматривая понятие «региональный рынок потребительских товаров», мы ограничиваем развитие отношений исследуемого рынка условиями, которые сформированы на определенной территории. Поэтому *региональный рынок потребительских товаров – это совокупность экономических, социальных, психологических отношений, проявляющихся в процессе купли-продажи товаров народного потребления, свойственная определенной территории.*

Сложно оценивать различные отношения и дать однозначную характеристику направлению их развития. Для представления методики оценки развития регионального рынка потребительских товаров с учетом соответствия факторов спроса факторам предложения необходимо:

1) сформировать перечень расчетных показателей факторов спроса и предложения, оказывающих влияние на развитие регионального рынка потребительских товаров, и определить источники цифровых данных для расчета их величин;

2) произвести расчет интегральных показателей факторов спроса и предложения;

3) реализовать расчет границ интегральных показателей факторов спроса и предложения.

4) оценить развитие исследуемых региональных рынков потребительских товаров.

Неоднозначным является и вопрос о показателях, участвующих в оценке развития регионального рынка потребительских товаров. В ходе их отбора мы придерживались правила, чтобы совокупность не была многочисленной, но в то же время отражала особенности спроса и предложения исследуемого рынка.

Отобранные показатели факторов спроса и предложения представлены в таблице 1. В зависимости от целей исследования и рассматриваемых аспектов оцениваемых рынков показатели могут быть дополнены либо заменены на другие.

Таблица 1. – Предлагаемые показатели для оценки развития факторов спроса и предложения региональных рынков потребительских товаров

Показатели факторов предложения	Показатели факторов спроса
Уровень торговли в ВРП (УТ ВРП)	Денежные доходы населения (ДДН)
Охват денежных доходов населения (ОХВ)	Индекс цен (ИЦ)
Обеспеченность торговыми площадями (ОТП)	Удельный вес населения трудоспособного возраста (НТ)
Уровень развития интернет-магазинов (УИМ)	Покрытие кредитов депозитами (ПКД)
Уровень прибыльности предприятий (УПП)	Уровень развития розничного товарооборота (УРТО)
Коэффициент потребительского импорта (КПИ)	Удельный вес занятых в экономике (ЗЭ)

Таблица содержит больше расчетных показателей. Методы расчета отображенных нами показателей представлены в таблице 2.

Таблица 2. – Расчет показателей для оценки развития регионального рынка потребительских товаров

Показатель	Расчет
Уровень торговли в ВРП	УТ ВРП = Валовая добавленная стоимость по виду экономической деятельности оптовая и розничная торговля, ремонт автомобилей и мотоциклов / Валовой региональный продукт
Охват денежных доходов населения	ОХВ = Розничный товароборот региона / Денежные доходы населения региона
Обеспеченность торговыми площадями	ОТП = Торговая площадь региона / Численность населения региона
Уровень развития интернет-магазинов	УИМ = Количество интернет-магазинов региона / Количество интернет-магазинов РБ
Уровень прибыльности предприятий отрасли	УПП = Чистая прибыль организаций (сектор G) / Чистая прибыль организаций региона
Коэффициент потребительского импорта	КПИ = (Импорт потребительских товаров РБ / Розничный товароборот РБ) / (Импорт потребительских товаров региона / Розничный товароборот региона)
ДДН	ДДН = Денежные доходы населения региона / Денежные доходы населения РБ
НТ	Численность населения в возрасте от 16 лет до общеустановленного пенсионного возраста
ПКД	ПДК = Депозиты населения региона / Задолженность по кредитам населения региона
УРТО	УРТО = Розничный товароборот исследуемого региона / Розничный товароборот РБ
Индекс цен	Статистический сборник

Расчетными показателями в таблице являются: уровень торговли в ВРП, охват денежных доходов населения, обеспеченность торговыми площадями, уровень развития интернет-магазинов, уровень прибыльности предприятий отрасли, коэффициент потребительского импорта, уровень денежных доходов населения, покрытие кредитов населения депозитами, уровень развития розничного товарооборота.

Расчет интегральных показателей факторов спроса и предложения будем осуществлять в следующей последовательности:

1) расчет частных показателей факторов спроса и предложения при положительном влиянии на развитие регионального рынка потребительских товаров с помощью метода линейного масштабирования:

$$x_{(i)} = (a_{(i)} - a_{min(i)}) / (a_{max(i)} - a_{min(i)}); \quad (1)$$

при отрицательном влиянии на развитие регионального потребительского рынка:

$$x_{(i)} = (a_{max(i)} - a_{(i)}) / (a_{max(i)} - a_{min(i)}), \quad (2)$$

где $a_{(i)}$ – значение i -го показателя фактора; $a_{max(i)}$, $a_{min(i)}$ – минимальное и максимальное значение i -го показателя; $x_{(i)}$ – значение частного i -го показателя фактора относительно собственных показателей.

2) расчет показателей по группам факторов спроса и предложения за год:

$$D_{d(i)} = \sum_{i=1}^n \frac{x_{(i)}}{n}, \quad (3)$$

$$S_{s(i)} = \sum_{i=1}^n \frac{x_{(i)}}{n}, \quad (4)$$

где $D_{d(i)}$, $S_{s(i)}$ – показатели, характеризующие факторы спроса и предложения за год; n – количество показателей в группах факторов спроса и предложения.

3) расчет интегрального показателя развития факторов спроса и предложения за исследуемый период:

$$Dd_t = \sum \frac{Dd(i)}{t}, \quad (5)$$

$$Ds_t = \sum \frac{Ds(i)}{t}, \quad (6)$$

где Dd_t , Ds_t – интегральные показатели факторов спроса и предложения соответственно; t – количество лет исследуемого периода.

Применив предлагаемую методику расчета для показателей рынка потребительских товаров Брестской области, получили результат, представленный в таблице 3.

Таблица 3. – Расчет интегральных показателей факторов спроса и предложения рынка потребительских товаров Брестской области

Показатель	Год							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Показатели факторов спроса</i>								
ДДН	1	1	1	0,667	0	0,667	0,667	0
ИЦ	0	0,753	0,775	0,842	0,873	0,98	1	0,987
НТ	0,875	1	0,575	0,425	0,225	0	0,025	0,075
ПКД	0,83	0,625	0,515	0,014	0	0	0,1	0,2
УРГО	1	0,6	0,3	0,1	0	0	0,1	0,2
ЗЭ	1	0,668	0,636	0,341	0,188	0,334	0,531	0,377
$D_{d(i)}$	0,784	0,668	0,636	0,341	0,188	0,334	0,531	0,373
Dd_t	0,482							
<i>Показатели факторов предложения</i>								
УТ ВРП	0,649	1	0,73	0,622	0,216	0,054	0	0
ОХВ	1	0,295	0	0,197	0,393	0,328	0,213	0,131
ОТП	0	0,195	0,377	0,479	0,586	0,674	0,898	1
УИМ	0	0,04	0,64	0,84	1	0,64	0,76	0,81
УПП	0,112	0,28	0,182	1	0,09	0	0,076	0,095
КПИ	1	0	0,94	0,456	0,895	0,58	0,209	0,315
$S_{s(i)}$	0,46	0,296	0,478	0,599	0,515	0,379	0,373	0,386
Ds_t	0,453							

Таким образом, интегральный показатель факторов спроса Брестской области равен 0,482, а факторов предложения – 0,453. Самое высокое значение интегрального показателя факторов спроса было в 2012 г., а самое низкое – в 2016 г. Что касается интегрального показателя факторов предложения, то мы видим, что самое высокое его значение зафиксировано в 2015 г., самое низкое – в 2013 г.

После того как дана количественная оценка факторов, определим качественную их характеристику. С этой целью определим пороговые значения показателей, с помощью которых установим барьеры (пороговые значения). В нашей работе реализуем это в соответствии с утверждением, связанным с правилом трех сигм: нормальная случайная величина x сосредоточена возле своего среднего значения на расстоянии до $3\sigma x$ с вероятностью 99,73 %. Для определения нормальных величин показателей сравним их с аналогичными показателями сопоставимых региональных рынков потребительских товаров. В нашем случае к сопо-

ставимым отнесем рынки Витебской, Гомельской, Гродненской и Могилевской областей. Такой выбор связан с тем, что по многим социально-экономическим показателям Минская область показывает лучшие значения, а также с тем, что все отобранные области имеют границы с другими государствами, что сказывается на развитии региональных рынков потребительских товаров.

Для определения пороговых значений сначала проведем расчет показателей рынков потребительских товаров сопоставимых регионов, а потом – границ пороговых показателей с помощью следующих формул:

$$\text{нижняя граница} = X_{\text{ср.}} - 3 \times \sigma, \quad (7)$$

$$\text{верхняя граница} = X_{\text{ср.}} + 3 \times \sigma, \quad (8)$$

где σ – коэффициент вариации интегральных показателей факторов спроса и предложения.

Результаты расчетов интегральных показателей факторов спроса и предложения сопоставимых регионов представлены в таблице 4.

Таблица 4. – Интегральные показатели факторов спроса и предложения рынков потребительских товаров Витебской, Гомельской, Гродненской и Могилевской областей

Область	Факторы спроса	Факторы предложения
Витебская	0,584	0,417
Гомельская	0,577	0,38
Гродненская	0,632	0,496
Могилевская	0,492	0,446

Данные таблицы показывают, что наибольшее значение интегрального показателя факторов спроса принадлежит рынку потребительских товаров Гродненской области, а наименьшее – Могилевской области. Рынок потребительских товаров Гродненской области отличается и наибольшим значением интегрального показателя фак-

торов предложения, а наименьшее значение данного показателя принадлежит исследуемому рынку Гомельской области.

С помощью данных таблицы 4 и формул 7, 8 определили значения верхней и нижней границ интегральных показателей факторов спроса и предложения. Результаты расчетов отражены в таблице 5.

Таблица 5. – Границы интегральных показателей факторов спроса и предложения

	Спрос	Предложение
Верхняя граница	0,563	0,443
Нижняя граница	0,543	0,434

Определенные данным образом границы позволяют выделить три типа развития исследуемых факторов. Если значение интегрального показателя фактора не превышает нижней границы, то определим такое развитие фактора как *неустойчивое*. Когда значение интегрального показателя находится между нижней и верхней границей, будем говорить об *устойчивом* развитии факторов спроса либо предложения. Значение интегрального показателя, превы-

шающее верхнюю границу, говорит о *конкурентоспособном* развитии данных факторов в сравнении с аналогичным показателем сопоставляемых регионов.

По соотношению значений интегральных показателей факторов спроса и предложения дадим оценку развития исследуемого регионального рынка потребительских товаров. Соотношение названных показателей представлены в таблице 6.

Таблица 6. – Матрица «Соотношение значений интегральных показателей факторов спроса и предложения региональных рынков потребительских товаров»

Значения интегрального показателя фактора спроса	Конкурентоспособное развитие ($Dd_t > 0,563$)	Дисбаланс факторов спроса и предложения <i>Гомельская область</i> <i>Витебская область</i>	Дисбаланс факторов спроса и предложения	Сбалансированность факторов спроса и предложения. Конкурентоспособное развитие <i>Гродненская область</i>
	Устойчивое развитие ($0,543 < Dd_t < 0,563$)	Дисбаланс факторов спроса и предложения	Сбалансированность факторов спроса и предложения. Устойчивое развитие	Дисбаланс факторов спроса и предложения
	Неустойчивое развитие ($Dd_t < 0,543$)	Сбалансированность факторов спроса и предложения. Неустойчивое развитие	Дисбаланс факторов спроса и предложения	Дисбаланс факторов спроса и предложения <i>Могилевская область</i> <i>Брестская область</i>
		Неустойчивое развитие ($Ds_t < 0,434$)	Устойчивое развитие ($0,434 < Ds_t < 0,443$)	Конкурентоспособное развитие ($Ds_t > 0,443$)
	Значения интегрального показателя фактора предложения			

Данные таблицы показывают, что рынок потребительских товаров Гродненской области характеризуется конкурентоспособным развитием и сбалансированностью факторов спроса и предложения. Развитие исследуемых рынков остальных областей характеризуются дисбалансом факторов спроса и предложения. Факторы спроса рынков Гомельской и Витебской областей достигли конкурентоспособного развития, а факторы предложения характеризуются неустойчивым развитием.

Противоположная ситуация в Брестской и Могилевской областях: факторы спроса характеризуются неустойчивым развитием, а факторы предложения – конкурентоспособным.

Для устойчивого развития страны (региона) необходимо такое состояние рынка потребительских товаров, которое характеризуется положительной динамикой его развития и сбалансированностью между спросом и предложением по объему и структуре. Обеспечение сбалансированности – сложный процесс, требующий слаженных действий всех основных субъектов рынка – государства, организаций, домашних хозяйств [3, с. 35].

Реализация предложенной методики позволит определить направления развития региона, обеспечить сбалансированность влияния факторов спроса и предложения регионального рынка потребительских товаров, а также способствовать устойчивому развитию региона.

Заклучение

В результате применения предлагаемой методики получена количественная оценка факторов спроса и предложения рынка потребительских товаров Брестской области. Совмещение этих оценок позволило дать качественную характеристику развития исследуемого рынка.

Таким образом, развитие Брестского рынка потребительских товаров характеризуется дисбалансом факторов спроса и предложения. Для достижения его поступательного устойчивого развития необходимо рост денежных доходов населения региона, увеличение удельных весов населения трудоспособного возраста и занятых в экономике, совершенствование ассортиментной структуры организаций торговли, развитие интернет-магазинов и др.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Егорова, Н. Р. Экономика отрасли: торговля потребительскими товарами : учеб. пособие / Н. Р. Егорова, Т. И. Николаева. – Екатеринбург : УрГЭУ, 2004. – 262 с.
2. Шакланова, Р. И. Экономика торговой отрасли : учебник / Р. И. Шакланова, В. В. Юсова. – М. : Юрайт, 2015. – 467 с.
3. Валевич, Р. П. Экономика торговой организации : учеб. пособие / Р. П. Валевич, Г. А. Давыдова. – Минск : Выш. шк., 2008. – 371 с.

REFERENCES

1. Yegorova, N. R. Ekonomika otrasli: trgovlia potriebitel'skimi tovarami : uchieb. posobije / N. R. Yegorova, T. I. Nikolajeva. – Jekatierinburg : UrGEU, 2004. – 262 s.
2. Shaklanova, R. I. Ekonomika torgovoj otrasli : uchieb. posobije / R. I. Shaklanova, V. V. Yusova. – M. : Jurajt, 2015. – 467 s.
3. Valievich, R. P. Ekonomika torgovoj organizacii : uchieb. posobije / R. P. Valievich, G. A. Davydova. – Minsk : Vysh. shk., 2008. – 371 s.

Рукапіс наступіў у рэдакцыю 28.02.2022