

15. Structural changes in logistics: how will port authorities face the challenge? / [T. E. Notteboom, W. Winkelmanns]. *Maritime Policy and Management* – 2002. – Vol. 28, N 1. – P. 71-89.
- Global Supply Chains / [J. Wang, T. E. Notteboom, D. Olivier, B. Slack and others]. – Ashgate: Aldershot, 2007. – P. 51–68.
17. Rethinking the port / [D. Olivier, B. Slack] // *Environment and Planning A* – 2006. – Vol. 38, P. 1409-1427.
18. Panayides P. M. *Maritime Logistics and Global Supply Chains: Towards a Research Agenda* / P. M. Panayides // *Maritime Economics and Logistics* – 2006. – Vol. 8. – P. 3–18.
19. Porter M. E. *The Competitive Advantage of Nations* / M. E. Porter // *Harvard Business Review* – 1990. – Vol. 68, N 2. – P. 73-91.
20. Robinson R. Ports as elements in value-driven chain systems: the new paradigm / R. Robinson // *Maritime Policy and Management* – 2002. – Vol. 29, N 3. – P. 241-255.
21. The terminalization of supply chains: reassessing the role of terminals in port/hinterland logistical relationships / [J-P. Rodrigue, T. E. Notteboom] // *Maritime Policy and Management* – 2009. – Vol. 36, N 2. – P. 165-183.
22. *Review of Maritime Transport 2011* [edited ...]. - New York and Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2011.
23. *Review of Maritime Transport 2012* [edited ...]. - New York and Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2012.
24. Van Klink A. Creating port networks: the case of Rotterdam and the Baltic region / A. Van Klink // *International Journal of Transport Economics* – 1997. – Vol. 24, N 3. – P. 393-408.
25. Williamson O. E. *Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations* / O. E. Williamson // *Journal of Law and Economics* – 1979. – Vol. 22, N 2. – P. 233-261.
26. *The Blackwell Companion to Maritime Economics* [W. K. Talley, P. W. De Langen, E. Haezendonck and others]. – UK: Wiley-Blackwell Publishing, 2012.

УДК 332.122:339.13(477.75)

ПРОБЛЕМЫ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА АР КРЫМ

Данильченко В.А.

В данной статье автором проведена оценка уровня развития регионального потребительского рынка, выявлены особенности зон размещения объектов торговли, а также определены дифференциации потребительского рынка АР Крым, что позволило представить типологию территорий региона с учетом тесноты связей показателей, отражающих тенденции и уровень развития потребительского рынка.

Ключевые слова: *региональный потребительский рынок, дифференциации, типология территорий региона, товарооборот на душу населения, коэффициент вариации.*

Принимая во внимание характер современных тенденций экономического развития, которые проявляются в усилении конкуренции, последствиях финансового и экономического кризиса, снижении уровня доходов населения, и, как следствие, покупательной способности, актуальным является необходимость оценки уровня дифференциации потребительского рынка АР Крым, что позволит представить типологию территорий региона с учетом тесноты связей показателей, отражающих тенденции и уровень развития потребительского рынка.

Целью данной статьи является определение дифференциации потребительского рынка АР Крым. Для достижения поставленной цели автором решаются задачи, предусматривающие оценку уровня развития регионального потребительского рынка, выявление особенностей зон размещения объектов торговли, а также определение дифференциации потребительского рынка АР Крым.

Проблемам и перспективам развития регионального потребительского рынка посвящены труды известных украинских и зарубежных экономистов, таких как Ю. Л. Александров, [1], Л. А. Лигоненко [2], А. С. Новоселов [3], В. А. Распопова [4], О. В. Тахумова [5], Н. Н. Терещенко, Н. С. Шелег [6] и другие, которые исследовали состояние и развитие государственного регулирования потребительского рынка, особенности формирования и развития регионального потребительского рынка.

Реализация подхода к оценке пространственных характеристик регионального потребительского рынка предусматривает определение уровня его развития, выявление особенностей зон размещения объектов торговли, а также определение уровня дифференциации регионального потребительского рынка.

Так, дифференциация по уровню товарооборота на одного жителя в 2011 году составила 7,2 тыс.грн.: для городского жителя – 9,2 тыс.грн., для сельского – лишь 2,0 тыс.грн. Неравномерность продаж на душу населения подтвердил расчет индексов локализации, которые характеризуют соответствие регионального распределения розничного товарооборота распределению численности потребителей [7, с.17]:

$$l = \frac{x_i}{y_i} * 100,$$

где: x_i –удельный вес i -го региона в общей численности населения;

y_i –удельный вес i -го региона в общем объеме товарооборота;

В результате сравнительной оценки выявлено, что в АТО региона наблюдается превышение потенциальных покупателей над их долей покупок в общем товарообороте. Наибольшее проявление данного несоответствия характерно для Первомайского, Краснопереконского, Джанкойского, Кировского, Ленинского районов, где разница между удельными весами численности населения и товарооборота составила 7,1 – 4,3 раза. Противоположная ситуация сложилась в г.Джанкое, г.Алуште, г.Ялте и г.Симферополе, удельный вес товарооборота в этих регионах значительно превышает удельный вес их населения (в 1,4–2,4 раза).

Общую оценку региональных отклонений товарооборота на душу населения дает коэффициент вариации. По товарообороту на душу населения в городах и районах произведен расчет среднеквадратического отклонения товарооборота и коэффициента вариации:

$$\delta_D = \sqrt{\frac{62004,6}{1963,3}} = 5,620 \text{ тыс.грн.};$$

$$V_D = \frac{5,620 * 100}{6,5512} = 85,8 \%$$

Результаты расчета позволяют сделать вывод о том, что региональные различия товарооборота на душу населения достаточно велики. Более однородны данные показатели у менее четверти (100% – 85,8%) городов и районов АР Крым. По сравнению с 2007г. коэффициент вариации увеличился на 1,5 п.п. (в 2007г. – 84,3%), что свидетельствует о повышении неравномерности распределения розничного товарооборота по АТО региона. Вместе с этим, данный коэффициент остался достаточно высоким, поскольку пороговым показателем неоднородности считается коэффициент вариации равный 33%. Среди основных объективных причин существующих расхождений в товарообороте на одного человека по городам и районам АР Крым можно отметить значительную неравномерность в размещении торговых объектов по регионам АР Крым и разницу в доходах населения.

С целью выявления особенностей зон размещения объектов торговли в рамках потребительского рынка АР Крым, автором рассчитаны удельные показатели (на 1000 чел. наличного населения), отражающие уровень обеспеченности населения АТО АР Крым объектами розничной торговли и ресторанного хозяйства, а также торговой площадью магазинов и местами на объектах ресторанного хозяйства. Полученные результаты свидетельствуют о территориальной неравно-

мерности в размещении объектов розничной торговли и ресторанного хозяйства по городам и районам АР Крым (табл. 1).

Таблица 1

Количество объектов розничной торговли и ресторанного хозяйства по городам и районам АР Крым в расчёте на 1000 чел. наличного населения, 2008-2011 гг. [8-9]

АТО	Объекты розничной торговли, ед. на 1000 чел.				Объекты ресторанного хозяйства, ед. на 1000 чел.			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
АР Крым	1,72	1,61	1,57	1,56	0,85	0,75	0,71	0,68
города								
Алушта	2,91	2,75	2,53	2,52	1,89	1,97	1,96	2,00
Армянск	0,95	1,27	1,24	1,16	0,28	0,24	0,20	0,28
Джанкой	3,79	3,90	3,43	3,50	0,52	0,50	0,48	0,41
Евпатория	1,69	1,39	1,42	1,31	1,52	1,29	1,30	1,05
Керчь	1,37	1,31	1,45	1,37	0,44	0,40	0,27	0,25
Красноперекопск	2,60	2,38	2,22	2,43	0,53	0,46	0,63	0,37
Саки	3,16	3,06	2,97	2,96	0,43	0,48	0,41	0,53
Симферополь	2,11	1,97	1,94	1,92	1,72	1,34	1,17	1,04
Судак	3,08	3,29	3,17	3,14	2,58	2,62	2,47	2,38
Феодосия	2,05	2,06	2,09	1,94	0,95	1,00	0,99	0,99
Ялта	2,64	2,39	2,44	2,43	1,36	1,31	1,32	1,42
районы								
Бахчисарайский	1,42	1,33	1,43	1,21	0,34	0,31	0,29	0,24
Белогорский	1,39	1,22	1,11	1,41	0,16	0,17	0,17	0,13
Джанкойский	0,90	0,81	0,68	0,74	0,12	0,15	0,09	0,07
Кировский	0,74	0,63	0,67	0,71	0,17	0,17	0,17	0,19
Красногвардейский	1,52	1,35	1,30	1,23	0,40	0,37	0,35	0,29
Красноперекопский	0,90	0,77	0,67	0,71	0,60	0,57	0,57	0,61
Ленинский	0,75	0,70	0,60	0,63	0,20	0,16	0,08	0,06
Нижегородский	1,31	1,09	1,07	0,98	0,66	0,58	0,57	0,57
Первомайский	1,34	1,19	1,19	1,20	0,41	0,44	0,39	0,36
Раздольненский	1,72	1,91	1,54	1,40	0,60	0,58	0,58	0,61
Сакский	1,06	1,13	1,17	1,09	0,25	0,19	0,52	0,67
Симферопольский	0,90	0,91	0,85	0,97	0,21	0,17	0,17	0,34
Советский	0,99	0,85	0,90	0,79	0,35	0,06	0,03	0,03
Черноморский	2,38	1,70	1,44	1,69	0,69	0,41	0,34	0,38

Так, результаты сравнительной оценки значений показателя, характеризующего среднее количество объектов розничной торговли по АТО АР Крым в 2008-2011 гг., подтверждают, что в наибольшей степени (3-3,5 ед.) обеспечены объектами торговли города региона, включая г. Джанкой, г. Судак, г. Саки. В диапазоне от 2,0 - 2,5 находятся показатели для г. Алушта, г. Ялта, г. Красноперекопск и г. Феодосия; от 1,0 - 2,0 для г. Симферополь, г. Евпаторию, г. Керчь, г. Армянск и Черноморского, Раздольненского, Красногвардейского, Бахчисарайского, Белогорского, Первомайского, Сакского и Нижегородского районов (рис.1).

Группу регионов АР Крым, с наименьшим уровнем (0,5 – 1,0) обеспеченности объектами торговли составляют Симферопольский, Советский, Джанкойский, Красноперекопский, Кировский и Ленинский районы.

Результаты сравнительной оценки значений показателя, характеризующего среднее количество объектов ресторанного хозяйства по АТО АР Крым, подтверждают, что в наибольшей степени они сконцентрированы в городах региона. При этом 2,5 объекта ресторанного хозяйства на 1000 чел. населения расположено в г. Судак; 1,0 – 1,5 в г. Алушта, г. Ялта, г. Симферополь, г. Евпатория (рис.2). Менее одного объекта соответствует г. Феодосия, Нижегородскому, Раздольненскому и Красноперекопскому районам. Критический уровень обеспеченности населения объектами ресторанного хозяйства характерен для г. Красноперекопск, г. Джанкой, г. Саки, г. Керчь, г. Армянск и районам: Черноморскому, Сакскому, Первомайскому, Красногвардейскому, Бахчисарайскому, Симферопольскому, Кировскому, Белогорскому, Ленинскому, Советскому, Джанкойскому.

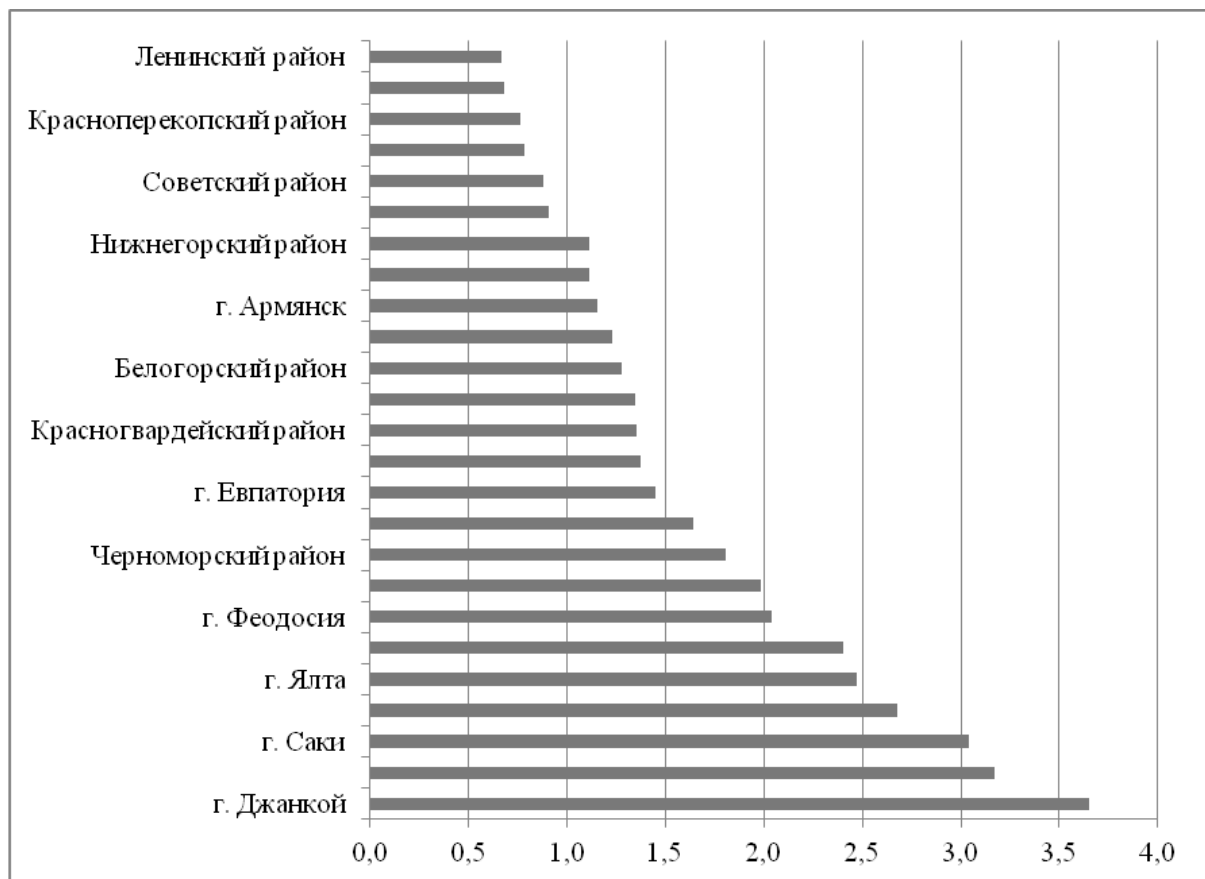


Рис. 1. Среднее количество объектов розничной торговли по городам и районам в 2008-2011 гг., ед. на 1000 чел. [8-9]

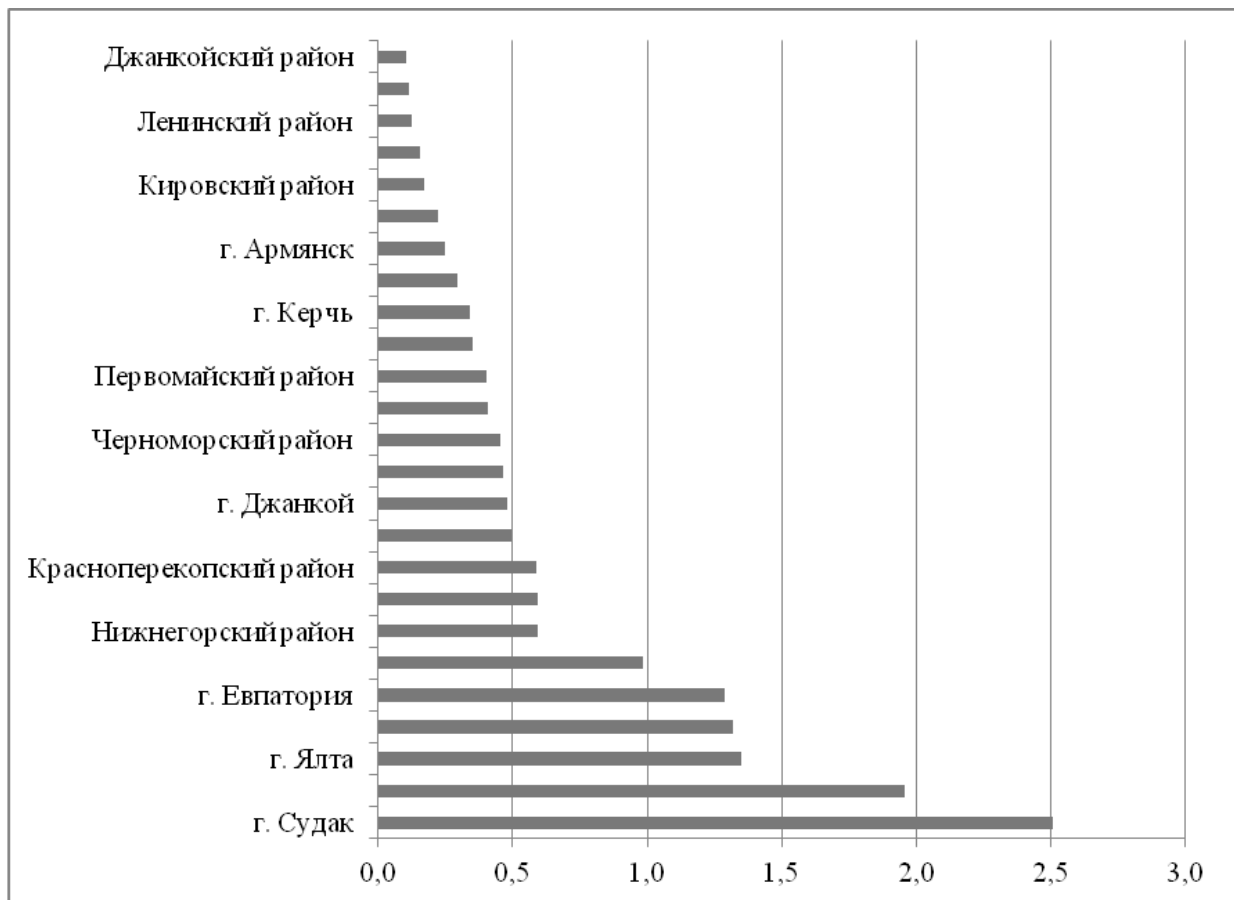


Рис. 2. Среднее количество объектов ресторанного хозяйства по городам и районам в 2008-2011 гг., ед. на 1000 чел. [8-9]

Так, результаты сравнительной оценки значений показателя, характеризующего обеспеченность населения АТО АР Крым торговой площадью и местами на объектах ресторанного хозяйства, позволили прийти к выводу о том, что наибольшие показатели характерны для городских территорий региона (табл.2).

Таблица 2.

Торговая площадь магазинов и количество мест на объектах ресторанного хозяйства по городам и районам в расчёте на 1000 чел. наличного населения АР Крым, 2008-2011 гг. [8-9]

АТО	Торговая площадь магазинов, м ² на 1000 чел.				Количество мест на объектах ресторанного хозяйства, ед. на 1000 чел.			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
АР Крым	143,38	137,70	140,94	163,83	39,41	37,87	35,70	34,62
города								
Алушта	141,07	140,06	140,72	154,16	134,13	133,91	132,57	152,46
Армянск	38,18	81,23	60,96	55,32	14,58	15,16	11,95	15,24
Джанкой	208,25	229,58	188,69	188,78	26,24	20,80	19,89	21,00
Евпатория	157,66	133,87	130,71	124,48	48,85	52,95	47,51	51,35
Керчь	182,75	170,38	172,04	185,84	39,54	33,72	17,26	15,14
Красноперекоск	95,30	87,76	95,63	98,11	32,30	32,21	49,21	13,46
Саки	189,45	248,02	245,16	222,43	29,72	31,09	30,69	25,51
Симферополь	328,89	318,66	347,05	447,41	48,79	46,60	46,55	43,07
Судак	109,12	123,05	139,23	142,08	203,83	191,78	185,37	171,12
Феодосия	110,37	116,02	117,34	118,68	40,11	57,54	51,22	49,63
Ялта	205,05	211,49	198,41	233,61	90,35	84,09	84,57	76,91
районы								
Бахчисарайский	64,43	48,05	52,26	64,06	21,86	17,50	17,03	15,06
Белогорский	53,01	50,05	61,30	76,47	9,27	9,63	9,64	7,59
Джанкойский	26,56	23,13	18,22	20,07	7,83	8,28	5,47	3,89
Кировский	33,02	15,98	19,17	21,75	3,79	3,85	3,67	6,51
Красногвардейский	90,02	77,81	75,03	71,19	18,77	17,67	17,33	15,37
Красноперекоский	48,77	39,03	32,89	39,26	7,00	5,35	5,03	3,92
Ленинский	31,57	25,13	25,14	30,02	12,44	10,34	6,56	2,47
Нижегородский	46,54	42,64	35,74	34,32	46,56	43,73	42,62	42,87
Первомайский	68,74	63,23	63,58	69,19	15,26	16,52	13,22	13,24
Раздольненский	98,91	101,62	94,23	83,87	18,68	17,46	20,70	22,15
Сакский	60,47	55,24	49,17	42,36	12,69	11,19	11,19	13,76
Симферопольский	39,13	36,80	37,46	38,80	14,12	10,19	10,30	17,56
Советский	61,10	56,15	42,97	37,03	18,55	5,54	4,84	4,84
Черноморский	110,97	54,72	65,55	80,94	47,65	32,45	28,90	28,53

Результаты оценки показателя, отражающего среднюю торговую площадь магазинов по АТО АР Крым на 1000 чел., свидетельствуют о том, что наибольший показатель соответствует г. Симферополь (более 350 м²). Для г. Саки, г. Ялта, г. Джанкой значения данного показателя находятся в диапазоне от 200-250 м², а для г. Керчь, г. Алушта, г. Евпатория, г. Судак, г. Феодосия – от 100 до 200 м² (рис.3). Для таких территорий АР Крым, как г. Красноперекоск, Раздольненский, Красногвардейский, Черноморский, Первомайский, Белогорский, г. Армянск, Бахчисарайский и Сакский районы значения показателя, отражающего среднюю торговую площадь магазинов на 1000 чел. находится в диапазоне от 50 до 100 м². Негативной тенденцией является низкий уровень (менее 50 м² на 1000 чел.) обеспеченности населения торговой площадью в Советском, Красноперекоском, Нижегородском, Симферопольском, ленинском, Кировском, Джанкойском районах региона.

В результате сопоставления значений показателя, отражающего среднее количество мест на объектах ресторанного хозяйства по городам и районам АР Крым, определено, что более 180 мест на 1000 чел. соответствует г. Судак, более 130 мест – г. Алушта, чуть более 80 – г. Ялта. Значения данного показателя в диапазоне от 20 до 60 мест соответствуют г. Евпатория, г. Феодосия, г. Симферополь и Нижегородскому району; от 20 до 40 мест – Черноморскому, г. Красноперекоск, г. Саки, г. Керчь, г. Джанкой (рис.4). Вместе с этим определено, что наименьший показатель (до 20 мест) соответствует Раздольненскому, Бахчисарайскому, Красногвардейскому, Первомайскому районам, г. Армянску, Симферопольскому, Сакскому, Белогорскому, Советскому, Ленинскому, Джанкойскому, Красноперекоскому и Кировскому районам.

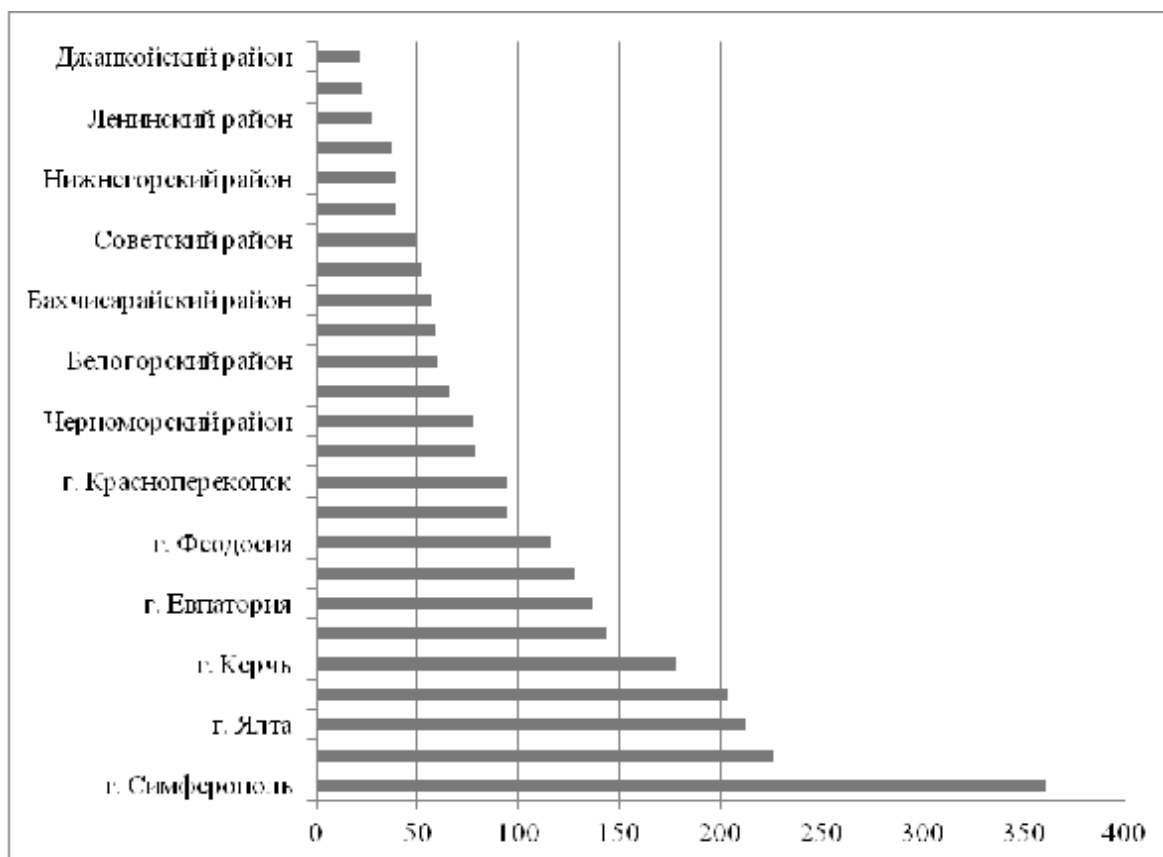


Рис. 3. Средняя торговая площадь магазинов по городам и районам АР Крым в 2008-2011 гг., м² на 1000 чел. [8-9]

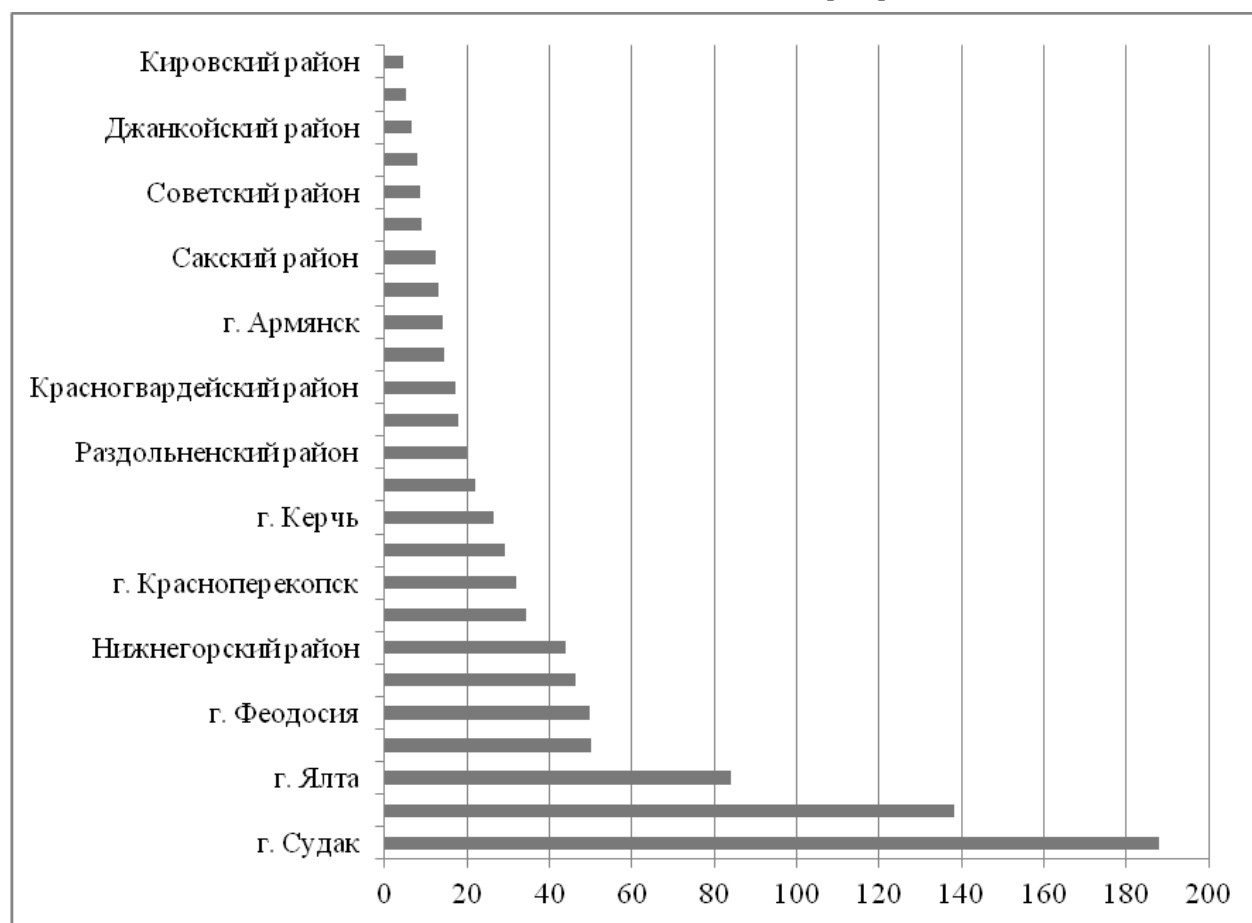


Рис. 4. Среднее количество мест на объектах ресторанного хозяйства по городам и районам АР Крым в 2008-2011 гг., ед. на 1000 чел. [8-9]

Решение данной задачи предусматривало также оценку уровня дифференциации потребительского рынка АР Крым, что позволит представить типологию территорий региона с учетом тесноты связей показателей, отражающих тенденции и уровень развития потребительского рынка. Вместе с этим результаты оценки дифференциации АТО АР Крым по уровню развития потребительского рынка позволят обосновать модели межотраслевой кооперации, учитывая региональные особенности производства и потребления. С этой целью предлагается использовать кластерный анализ, предусматривающий разбиение множества исследуемых объектов и признаков на однородные в соответствующем понимании группы (кластеры). Целесообразность применения данного метода обусловлена возможностью группировки объектов по совокупности признаков [10-12]. При этом кластерный анализ не предусматривает введение ограничений и позволяет оценивать и сопоставлять различные в метрическом отношении показатели, характеризующие развитие регионального потребительского рынка. Также важным является возможность использования в качестве информационной базы совокупности временных рядов, характеризующих экономические процессы (конъюнктуру рынка, особенности социально-экономического развития).

Основными программными продуктами для выполнения кластерного анализа являются пакеты SPSS Statistics 17.0, StatSoft STATISTICA 8.0.

Результаты расчетов, интерпретация которых осуществлена на примере 2009-2011 гг. свидетельствует о том, что в 2009 г. максимальная теснота связей между показателями характерна для следующих групп регионов АР Крым: Белогорский и Сакский районы, а также Бахчисарайский и Красногвардейский районы (0,2); Кировский и Краснопереконский (0,4); г. Алушта и г. Судак, а также Раздольненский и Советский районы (0,3); г. Евпатория, г. Керчь, Нижнегорский и Первомайский районы (0,4); г. Армянск и г. Краснопереконск (0,5), г. Феодосия и г. Ялта (0,5).

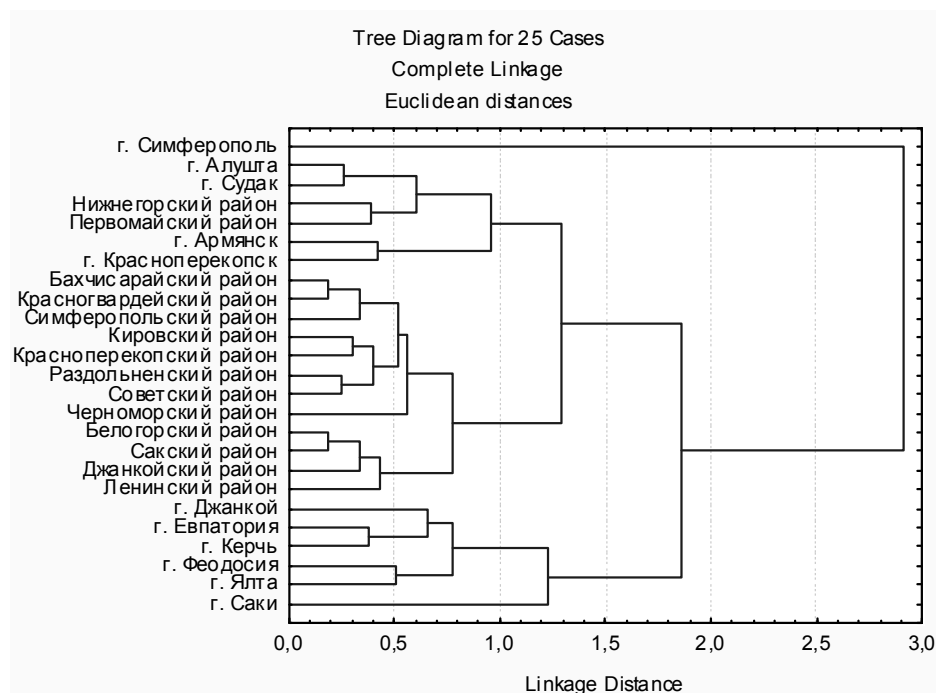


Рис. 5. Иерархическое дерево (горизонтальное, масштабированное, с прямоугольными ветвями) для исследуемых данных регионального потребительского рынка АР Крым, 2009 г.

Данная теснота связи исследуемых данных подтверждается результатами расчетов комплексного показателя, отражающего уровень развития потребительского рынка АТО АР Крым, (табл. 3). Результаты расчетов явились основанием для группировки АТО региона по уровню развития потребительского рынка, выделяя пять групп: первая группа – свыше 0,55, вторая – 0,45-0,55, третья – 0,35-0,45, четвертая 0,25-0,35 и пятая – до 0,25.

Таблица 3

Группировка АТО АР Крым по уровню развития потребительского рынка, 2009-2011 гг.

Диапазон значений комплексного показателя				
свыше 0,55	0,45-0,55	0,35- 0,45	0,25-0,35	до 0,25
2009 г.				
Симферополь (0,829)	г. Евпатория (0,457) г. Керчь (0,457) г. Феодосия (0,465) г. Саки (0,527) г. Ялта (0,538)	г. Армянск (0,371) Черноморский район (0,372) г. Алушта (0,374) г.Красноперекопск (0,398), г. Джанкой (0,431)	Ленинский район (0,267), Сакский район (0,280) Джанкойский район (0,288), Советский район (0, 288), Белогорский район (0,289), Нижегородский район (0,298), Раздольненский (0,301), Красноперекопский район (0,304), Бахчисарайский район (0, 316), Кировский район (0,321), Красногвардейский район (0,336), Симферопольский район (0,336), г. Судак (0,346)	Первомайский район (0,242)
2010 г.				
Симферополь (0,813)	г. Саки (0,488) г. Ялта (0,505)	г.Евпатория (0,409) г. Керчь (0,389) г. Феодосия (0,430) Джанкой (0,384) Судак (0,383)	г. Красноперекопск (0,339), г. Алушта (0,333) Ленинский район (0,283), Сакский район (0,282) Советский район (0, 274), Белогорский район (0,273), Нижегородский район (0,253), Раздольненский (0,275), Красноперекопский район (0,310), Бахчисарайский район (о, 303), Кировский район (0,283), Черноморский (0,306) Красногвардейский район (0,330), Симферопольский район (0,319), г. Армянск (0,320)	Первомайский район (0,221) Джанкойский район (0,223)
2011 г.				
Симферополь (0,851)	г. Ялта (0,482)	г. Саки (0,446) г. Феодосия (0,434) Евпатория (0,410) г. Джанкой (0,392) г. Керчь (0,390) Черноморский (0,366) г.Красноперекопск (0,357)	г. Алушта (0,340) Кировский район (0,336), Бахчисарайский район (0, 336), Белогорский район (0,330), Советский район (0, 329), г. Судак (0, 326) Симферопольский район (0,325), Красногвардейский район (0,324), Ленинский район (0,323), Раздольненский (0,299), г. Армянск (0,298) Джанкойский район (0,279) Нижегородский район (0,271), Сакский район (0,253)	Первомайский район (0,224), Красноперекопский район (0,212)

Учитывая, что г. Симферополь имеет наиболее высокий уровень развития потребительского рынка (0,829), дендограмма (рис. 6) отражает весьма слабую взаимосвязь с другими территориями региона. При этом возможно выделить типовые потребительские рынки, которые сформированы в курортных городах, промышленных центрах и сельскохозяйственных районах региона. Данный вывод подтверждается теснотой связи и значениями комплексного показателя. Так, уровень развития потребительского рынка курортных городов АР Крым г. Евпатория (0,457), г. Керчь (0,457), г. Феодосия (0,465), г. Саки (0,527), г. Ялта (0,538) соответствует диапазону второй группы (0,45-0,55). Для сельскохозяйственных районов АР Крым характерен тип потребительского рынка с достаточно низким уровнем развития, что позволило вы-

делить их в рамках четвертой группы с диапазоном значений комплексного показателя 0,25-0,35.

Анализируя дендограмму (рис. 6), возможно отметить изменения характера связей между исследуемыми данными потребительского рынка АР Крым за 2010 г., что проявляется в следующей группировке АТО: г. Джанкой и г. Красноперекоск (0,4); г. Евпатория и г. Керчь (0,4); г. Феодосия и г. Ялта (0,5); Бахчисарайский и Красногвардейский районы (0,3); Кировский и Советский районы (0,2); Белогорский и Сакский районы (0,2); Джанкойский и Ленинский районы (0,3); Нижнегорский и Первомайский районы (0,3).

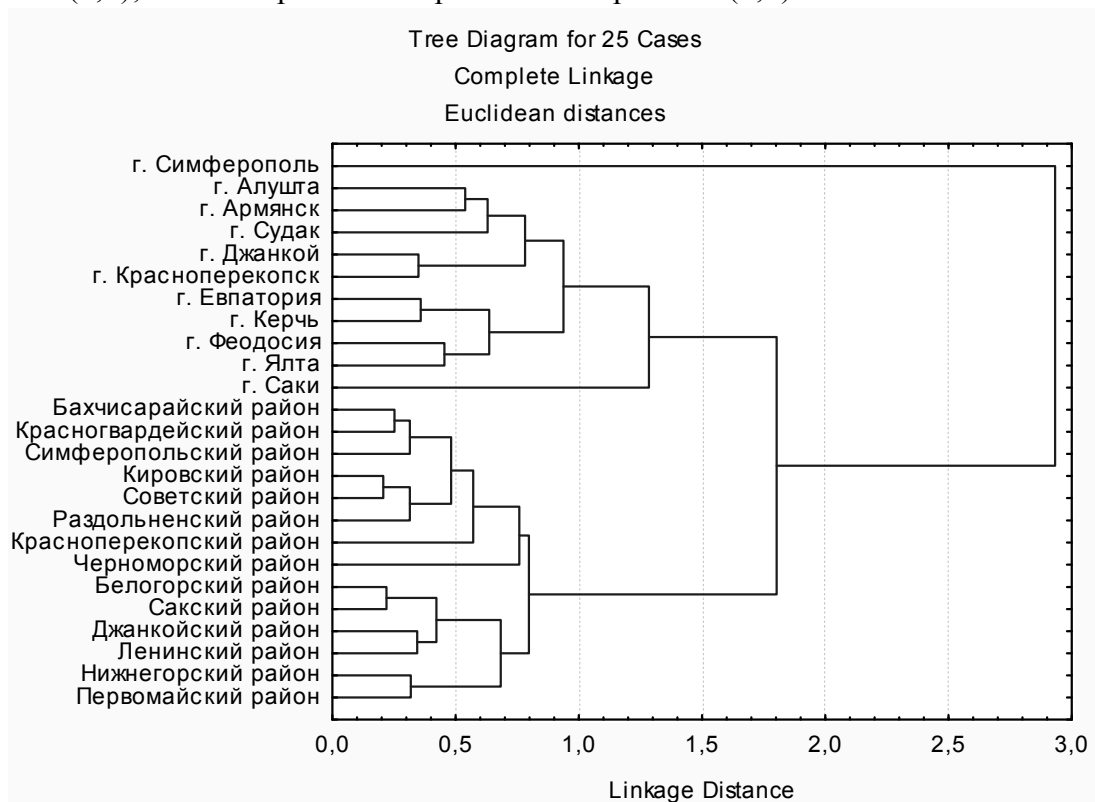


Рис. 6. Иерархическое дерево (горизонтальное, масштабированное, с прямоугольными ветвями) для исследуемых данных регионального потребительского рынка АР Крым, 2010 г.

Вместе с этим, выявлены негативные тенденции развития потребительского рынка АР Крым в 2010 г., которые подтверждаются снижением значений комплексного показателя. Так, значительным образом снизился уровень развития потребительского рынка территорий региона, за исключением г. Симферополь, г. Саки и г. Ялта. Это позволяет выделить типовые региональные потребительские рынки, которые сформированы в столице АР Крым (г. Симферополь), в курортных городах на западном (г. Саки) и южном побережье (г. Ялта). В свою очередь, потребительский рынок сельскохозяйственных и промышленных районов региона сохраняет негативные тенденции развития. Анализируя показатели, характеризующие максимальную тесноту связи между характеристиками потребительского рынка в 2011 г., следует отметить сохранившиеся тенденции, поскольку группировка территорий практически не изменилась относительно уровня 2010 г.: г. Алушта и г. Судак (0,2); г. Джанкой и г. Красноперекоск (0,3); г. Евпатория и г. Керчь (0,4); г. Феодосия и г. Ялта (0,5); Бахчисарайский и Красногвардейский районы (0,2); Джанкойский и Сакский районы (0,4); Белогорский и Раздольненский районы (0,4); Кировский и Советский районы (0,2); Нижнегорский и Первомайский районы (0,4), (рис. 7).

Таким образом, решена задача, предусматривающая оценку уровня развития регионального потребительского рынка, выявление особенностей зон размещения объектов торговли, а также определение дифференциации потребительского рынка АР Крым.

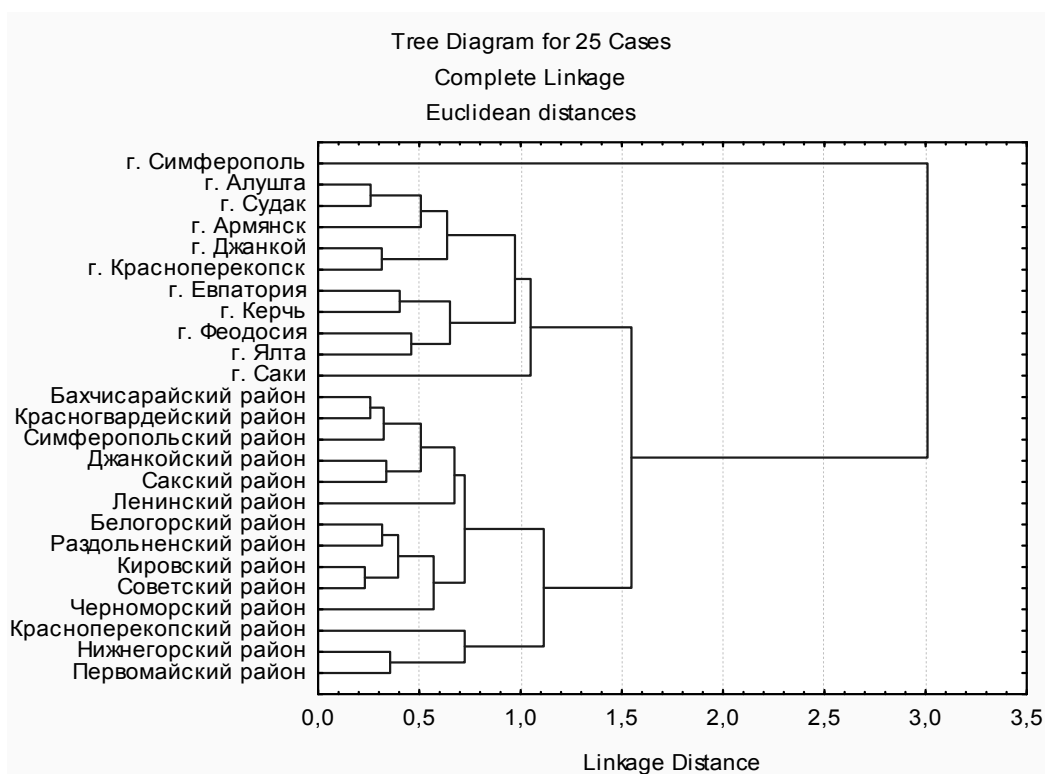


Рис. 7. Иерархическое дерево (горизонтальное, масштабированное, с прямоугольными ветвями) для исследуемых данных регионального потребительского рынка АР Крым, 2011 г.

ВЫВОДЫ

Результаты исследования подтверждают выводы автора о том, что тенденции развития регионального потребительского рынка предопределяются, главным образом, особенностями потребительского спроса, которые обусловлены социальными и экономическими факторами, включая уровень дохода, уровень цен и инфляции, уровень развития регионального производства и др. Вместе с этим, выявлены тенденции неравномерного размещения на территориях АТО АР Крым объектов торговой инфраструктуры и ресторанного хозяйства, что проявляется в различном уровне их концентрации в пределах городских и сельских территорий. Данные тенденции обусловлены, прежде всего, различной специализацией АТО региона (курортные, сельскохозяйственные и промышленные территории), а также уровнем их урбанизации, который предопределяется особенностями демографических, экономических и социальных процессов.

Основываясь на результатах оценки уровня развития потребительского рынка АТО АР Крым, представлена типология территорий, согласно которой выделены группы регионов, имеющие общие характеристики развития потребительского рынка. Данные результаты возможно использовать для разработки операционных планов развития регионального потребительского рынка АР Крым, учитывая площадь территорий, численность постоянного населения, соотношение потребления продовольственных и непродовольственных товаров, уровень развития торговой инфраструктуры, уровень доходов населения, а также уровень экономической активности субъектов хозяйствования, функционирующих в сфере торговли и ресторанного хозяйства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александров Ю. Л. Состояние и развитие государственного регулирования потребительского рынка / Ю. Л. Александров, Н. Н. Терещенко // Экономика, психология, бизнес. 2004. - №4. — С. 16-33
2. Лігоненко Л.О. Теоретико-методологічні засади управління розвитком споживчого ринку / Л.О. Лігоненко // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 11 (65). – С. 103-112.
3. Новосёлов А.С. Проблемы и перспективы развития регионального потребительского рынка и

потребительской кооперации в условиях глобализации // Кооперация: история и современность : материалы междунар. науч.-практ. конф. 12 апр. 2011 г. / [отв. ред. Л.П. Наговицина] ; Сиб. ун-т протреб. кооперации, Ин-т истории СО РАН, Карагандинский экон. ун-т Казпотребсоюза, Полтавский ун-т экон. и торговли. – Новосибирск, 2011. – С. 135-138

4. Распопова В.А. Споживчий ринок відправний момент у дослідженні розвитку торгівлі / В.А. Распопова // Торгівля і ринок України. Темат.зб.наук.пр.Вип.16.–Донецьк: Дон дуєт, 2004.–Т.2.– С. 281–285.

5. Тахумова О.В. Особенности формирования и развития регионального потребительского рынка / О.В. Тахумова // Вестник Северо-Кавказского госуд. техн. ун-та.–2006. – №4(8). – С. 134-138.

6. Шелег Н.С. Государственное регулирование потребительского рынка в условиях формирования Союзного государства: проблемы и перспективы: [монография] / Н. С. Шелег. – М.: Аэронавигационное консалтинговое агентство, 2003. – 320 с.

7. Рынок потребительских товаров в Автономной Республике Крым в 2011 году: тенденции развития / Государственная служба статистики Украины. Главное Управление статистики в Автономной Республики Крым.– Симферополь, 2012. – 30 с.

8. Стан роздрібної торгівлі Автономної Республіки Крим у 2007–2011 рр.: статистичний збірник / Держкомстат України Головне управління статистики в АРК.–Сімферополь, 2012. – 60 с.

9. <http://www.sf.ukrstat.gov.ua> – офіційний сайт Головного управління статистики в Автономній Республіці Крим

10. Журавлёв Ю. И. «Распознавание». Математические методы. Программная система. Практические применения / Ю. И. Журавлев, В. В. Рязанов, О. В. Сенько. — М.: ФАЗИС, 2006. — 176 с.

11. Хайдуков Д. С. Применение кластерного анализа в государственном управлении // Философия математики: актуальные проблемы / Д. С. Хайдуков. – М.: МАКС Пресс, 2009. — 287 с.

12. Шлезингер М.И. Десять лекций по статистическому и структурному распознаванию / М. И. Шлезингер, В. Главач. — К.: Наукова думка, 2004. – 535 с.

УДК 330.322

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНА

Вайсман В. Я.

Рассмотрены подходы к определению целей, задач и принципов реализации механизмов государственно-частного партнерства в сфере реализации инфраструктурных проектов, использование которых позволит создать условия для повышения уровня конкурентоспособности экономики региона и качества жизни населения.

Ключевые слова: *государственно-частное партнерство, регион, инфраструктурные проекты, социально-экономическое развитие, специализация экономической деятельности.*

В настоящее время проблемы развития национальной и региональной инфраструктуры, а также необходимость повышения качества предоставляемых государством услуг обуславливают актуальность исследования современных подходов к определению целей, задач и принципов реализации новых форм сотрудничества государства и бизнеса. В качестве одной из таких форм рассматривают механизмы государственно-частного партнерства, которые представляют собой финансово-правовые модели взаимодействия структур власти, бизнеса и общества, осуществляемые в рамках