

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Актуальность исследования потребительского рынка обусловлена тем, что каждый регион стремится улучшить позиции по привлекательности своего потребительского рынка в сравнении с рынками других регионов страны. Для того чтобы оценить привлекательность регионального потребительского рынка, следует провести его маркетинговое исследование.

Мы изучили процедуры проведения маркетинговых исследований, разработанные такими авторами, как Ф. Котлер [1], А.П. Дурович [2], Ж.-Ж. Ламбен [3], Т.Г. Зорина [4], Т.Д. Маслова [5] и др. Однако они носят общий характер и не отражают специфики исследования потребительского рынка региона. В связи с этим выделим следующие этапы маркетинговых исследований для потребительского рынка региона с учетом его особенностей:

- 1) выявление проблем и формулирование целей исследования [1, с. 83];
- 2) определение лиц и/или организаций, на которых будет возложено проведение исследования регионального потребительского рынка;
- 3) отбор источников для проведения исследования; сбор и анализ вторичной информации;
- 4) оценка привлекательности регионального потребительского рынка;
- 5) представление полученных результатов исследования [1, 2, 3, 4].

В рамках четвертого этапа автором была разработана методика оценки привлекательности регионального потребительского рынка:

- выявляются демографические, экономические, социально-политические группы факторов, оказывающих влияние на региональный потребительский рынок;
- по указанным факторам проводится сравнительный анализ регионов страны с использованием метода суммарного ранжирования регионов.

Апробация предлагаемой методики оценки привлекательности регионального потребительского рынка была проведена на примере Витебской области. Анализ осуществлялся на основе статистических данных за 2009-2010 гг. По его итогам можно выделить направления развития для потребительского рынка Витебской области:

- 1) реализация мероприятий, направленных на увеличение рождаемости и снижение смертности населения;
- 2) проведение работы по укреплению института семьи;
- 3) обеспечение роста заработной платы в отраслях материального производства (прежде всего — в промышленности);

4) создание новых рабочих мест для снижения уровня безработицы.

Разработка методики оценки региональных рынков в разрезе выделенных групп факторов позволит производителям делать обоснованный выбор рынков сбыта своей продукции, а региональным органам власти — выявлять проблемные характеристики рынков своих регионов и исходя из них проводить работу по развитию рынков и повышению их привлекательности.

Литература

1. *Котлер, Ф.* Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер. — М.: Росинтэр, 1996.

2. *Дурович, АЛ.* Основы маркетинга: учеб. пособие / А.П. Дурович. — 2-е изд., стереотип. — М.: Новое знание, 2006.

3. *Ламбен, Ж.-Ж.* Менеджмент, ориентированный на рынок: учебник / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг; пер. с англ. И.И. Малковой. — 2-е изд. — СПб.: Питер, 2008.

4. *Зорина, Т.Г.* Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Т.Г. Зорина, М.А. Слонимская. — Минск: БГЭУ, 2010.

5. *Маслова, Т.Д.* Маркетинг: учебник для вузов / Т.Д. Маслова, С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. — 3-е изд., перераб. и доп. — СПб.: Питер, 2008.

*В.И. Воробьева, аспирантка
БГЭУ(Минск)*

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Переход Республики Беларусь к устойчивому развитию во многом определяется активным участием внутривнутриреспубликанских регионов. При этом проблемы, решаемые в каждом регионе, должны соответствовать общегосударственным задачам. Формулирование целей и задач социально-экономического развития для каждого региона следует производить с учетом приоритетных направлений государственной региональной экономической политики [1]. Важнейшей целью региональной политики Республики Беларусь является повышение уровня жизни, уменьшение существующих различий между регионами по уровню социально-экономического развития на основе более эффективного использования производственного, ресурсного и кадрового потенциала регионов за счет углубления специализации экономик регионов, повышения активности и ответственности местных органов управления и самоуправления [2].

Так, одной из приоритетных задач Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. является рост эффективности межрегиональных и внешнеэкономических связей [1]. Очевидно, что многие государствен-