

Я. А. Яковенко

ГОВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ КАК КЛЮЧЕВАЯ ДОМИНАНТА РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

Рассматривается потребительский рынок в качестве ключевой доминанты ресурсного обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур. Проведен анализ состояния и динамики развития отдельных сегментов потребительского рынка Донецкой Народной Республики: продовольственного рынка, непродовольственного рынка; рынка услуг. Сформирована карта дислокации крупных торговых сетей, оценена равномерность их размещения и обеспеченность населения ДНР магазинами крупных торговых сетей. Представлены результаты проведенного социологического исследования рынка «вторичного потребления» в Донецкой Народной Республике. Исследована структура обеспечения потребительского рынка основными видами продуктов питания, произведенными отечественными производителями.

Ключевые слова: конкурентоспособность, ресурсное обеспечение, предпринимательская структура, потребительский рынок, хантерское предпринимательство, ярмарочная деятельность, клиентоориентированность

Постановка проблемы и ее связь с научными и практическими задачами

В условиях формирования новой экономической модели развития Донецкой Народной Республики возрастает значение ресурсного обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур. Принимая стратегические решения относительно конкурентного развития предпринимательских структур, следует иметь четкое представление о тенденциях и трансформации, происходящих на потребительском рынке, поскольку именно с помощью потребительского рынка реализуются повседневные потребности населения, формируется уровень удовлетворенности потребителей, что в результате определяет уровень развития экономики Донецкой Народной Республики.

Значимость развития потребительского рынка обусловлена тем, что являясь механизмом интенсивного обратного стимулирующего влияния потребительского производства всего комплекса отраслей экономики Донецкой Народной Республики, потребительский рынок выполняет многогранные функции, связанные с жизнеобеспечением населения. Развитие потребительского рынка способствует более полному удовлетворению платежеспособного спроса потребителей предложением достаточного количества и качества разнообразных безопасных потребительских товаров и услуг [1]. Учитывая, что потребительский рынок выступает ключевой доминантой ресурсного обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур, вопросы его исследования приобретают особую актуальность.

Анализ последних исследований и публикаций

Вопросы исследования потребительского рынка, определение его проблем и перспектив развития нашли отражение в работах отечественных и зарубежных ученых: Т. Б. Малковой, Е. А. Балашовой [1], Е. М. Азарян, Ю. К. Яковлевой [2], В. В. Бакаева, Н. В. Курушиной [3], В. Т. Гришиной [4], Ю. В. Егеревой, О. Ю. Гуровой [5], Е. В. Плотниковой, В. В. Мазнинова [6] и ряда других ученых. В данных работах детально освещены вопросы обоснования стратегических ориентиров социально-экономического развития Донецкой Народной Республики, управления размещением торговых предприятий, вопросы секонд-хенд потребления, проблемные аспекты развития потребительского рынка как основы повышения качества жизни населения. Вместе с тем требуют дальнейших научных изысканий практические

аспекты исследования отдельных сегментов потребительского рынка как ключевой доминанты ресурсного обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур.

Цель исследования

Анализ основных тенденций развития потребительского рынка Донецкой Народной Республики как ключевой доминанты ресурсного обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур.

Изложение основного материала исследования

Потребительский рынок является одним из значимых сегментов жизнеобеспечения Донецкой Народной Республики услугами торговли, общественного питания и бытового обслуживания, способствует экономическому росту и росту занятости населения, развитию малого и среднего бизнеса, оказывает существенный вклад в бюджет Донецкой Народной Республики. Состояние и динамика потребительского рынка являются основным фактором обеспечения ускорения темпов экономического роста экономики Донецкой Народной Республики. Уровень потребления населением товаров и услуг является сегодня объективным условием не только существования и развития общества, как единой социально-экономической системы, но и важнейшим условием конкурентоспособности Донецкой Народной Республики.

Предпосылкой проведения мониторинга потребительского рынка Донецкой Народной Республики является его сегментация. Необходимость сегментирования потребительского рынка обуславливается специфическими чертами статистики. Наиболее целесообразным представляется в качестве критерия сегментации использовать группы товаров (услуг), согласно которым в составе потребительского рынка правомерно выделить: потребительский продовольственный рынок, потребительский непродовольственный рынок, потребительский рынок услуг. Данные сегменты потребительского рынка имеют достаточно четкие границы, что позволяет с достаточным уровнем осведомленности использовать имеющиеся статистические данные. В данном аспекте заслуживает внимания точка зрения Е. М. Азарян, согласно которой «... в каждом из этих рынков проводится отслеживание рынков отдельных товаров и услуг, формируемых с учетом удовлетворения определенных потребностей населения» [2, с. 32].

С целью изучения основных тенденций потребительского рынка проанализирована динамика количества предприятий розничной торговли, объектов мелкокорпоративной и стационарной торговли, предприятий общественного питания (рисунок 1).

Согласно данным, приведенным на рисунке 1, тенденция развития потребительского рынка Донецкой Народной Республики имеет положительную динамику, о чем свидетельствует рост количества объектов торговли по всей территории Республики. Торговая сфера широко представлена всеми формами торговли – это магазинная и дистанционная торговля, вендинговая, комиссионная, выездная и ярмарочная [7]. По размеру оборота и количеству хозяйствующих субъектов ведущей отраслью потребительского рынка Донецкой Народной Республики является розничная торговля.

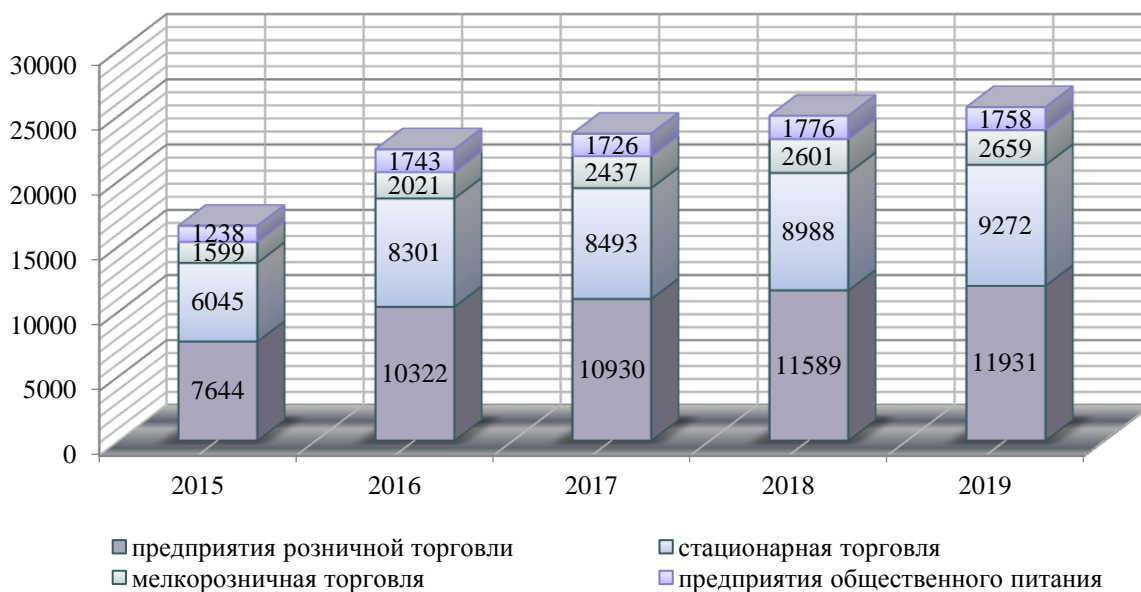


Рисунок 1 – Динамика объектов потребительского рынка в Донецкой Народной Республике в 2015–2019 гг. (составлено автором на основе [8, 9])

Торговля является конечным звеном любой производственной цепочки, и, соответственно, именно от широты и разнообразия каналов, а также уровня их развития зависят эффективность, объемы и скорость, с которыми производимые в экономике и ввозимые на территорию Донецкой Народной Республики товары достигают своего покупателя [10]. Динамика развития объектов торговли за период 2015–2019 гг. демонстрирует положительные тенденции. Так, в 2019 году количество предприятий розничной торговли (торговли, связанной с приобретением и продажей товаров для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования [11]) составило 11 931 ед., что по сравнению с 2018 годом больше на 342 объекта (или 2,95 %), а по сравнению с 2015 годом количество объектов розничной торговли увеличилось на 56,08 %. Положительная динамика роста за исследуемый период отмечается также относительно объектов стационарной торговли, под которыми, согласно Закону ДНР «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения» понимаются торговые объекты, представляющие собой здание или часть здания, строение или часть строения, прочно связанные фундаментом такого здания, строения с землей и подключенные (технологически присоединенные) к сетям инженерно-технического обеспечения [11]. Количество объектов стационарной торговли в 2019 году увеличилось по сравнению с 2018 годом на 284 объекта или 3,16 % и составило 3 227.

Положительная динамика развития отмечается и относительно мелкорозничной торговли – вид розничной торговли через стационарные некапитальные объекты (павильоны, киоски), а также с помощью нестационарных (передвижных) объектов, передвижных средств развозной и разносной торговли, связанный с реализацией товаров и оказанием услуг, не требующих особых условий продажи товара и особых условий оказания услуг [11]. Согласно результатам проведенного анализа их количество в 2019 году по сравнению с 2015 годом увеличилось на 1060 ед. (или 66,29 %), а по сравнению с 2018 годом – на 58 ед. или 2,23 %.

Анализ динамики развития предприятий общественного питания (организационно-структурных единиц в сфере общественного питания, которые производят и (или) доводят до готовности, продают и организуют потребление пищевой продукции собственного производства и (или) покупных товаров, а также могут организовывать досуг потребителей [11])

позволил определить, что количество предприятий общественного питания в 2019 году сократилось по сравнению с 2018 годом на 18 объектов (или 1,1 %) и составило 1 758.

Обобщая в целом результаты анализа можно сделать вывод о том, что для потребительского рынка Донецкой Народной Республики характерен тренд интенсивного развития, о чем свидетельствует рост количества предприятий розничной торговли, мелкорозничной торговли, стационарной торговли.

Одной из прогрессивных форм развития потребительского рынка являются торговые сети. В Донецкой Народной Республике осуществляют торговлю 34 торговые сети, включающие 409 магазинов, в том числе 9 крупных торговых сетей, включающие 224 магазина. К крупным торговым сетям относятся супермаркеты «Первый Республиканский Супермаркет», «Геркулес-Молоко», «Авоська», «Обжора», «Вектор», магазины бытовой техники «Фокс», магазины одежды «Семейный квартал», торговый центр «Галактика». Структура магазинов крупных торговых сетей Донецкой Народной Республики на 01.01.2020 г. представлена на рисунке 2.

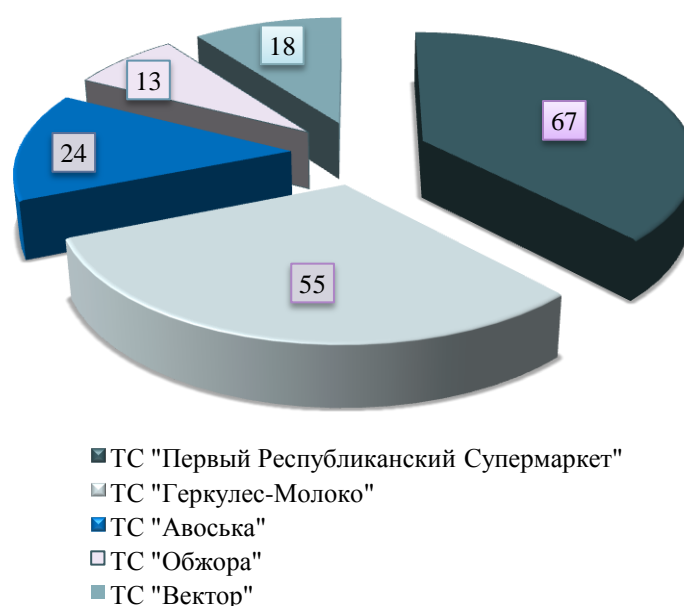


Рисунок 2 – Структура магазинов крупных торговых сетей Донецкой Народной Республики на 01.01.2020 г. (составлено автором на основе [9])

Анализ структуры крупных торговых сетей Донецкой Народной Республики позволяет сделать вывод о том, что по количеству магазинов торговой сети на потребительском рынке лидирующие позиции занимает ТС «Первый Республиканский Супермаркет» – 67 %. Достаточно разветвленной является сеть магазинов ТС «Геркулес-Молоко» – 55 % от общего количества магазинов крупных торговых сетей Донецкой Народной Республики. Менее разветвленной являются ТС «Авоська» и ТС «Вектор», их удельный вес по количеству магазинов в сети составляет 24 % и 18 %. ТС «Обжора» является наименьшей по количеству магазинов торговой сетью – на начало 2020 г. их количество составило 9, что составляет 13 % от общего количества крупных торговых сетей Донецкой Народной Республики.

Анализируя равномерность размещения магазинов крупных торговых сетей (рисунок 3), следует отметить, что наибольшее количество магазинов крупных торговых сетей размещено в трех городах – г. Донецк (99), г. Макеевка (27) и г. Горловка (14) (рисунок 3). Магазины крупных торговых сетей в большинстве своем расположены в густозаселенных районах и в местах с высокой плотностью перемещения потенциальных покупателей.



Рисунок 3 – Дислокация ТОП-5 продовольственных супермаркетов в Донецкой Народной Республике на 01.01.2020 г. (составлено автором на основе [9])

На следующем этапе проведения мониторинга потребительского рынка Донецкой Народной Республики был проведен расчет обеспеченности населения магазинами крупных торговых сетей по формуле [3, с. 73]:

$$K_{П} = \frac{Ч_{РТ} \cdot 1000}{Ч_{Н}}, \quad (1)$$

где $K_{П}$ – коэффициент плотности торговой сети, который характеризует отношение количества магазинов торговых сетей к численности населения или размеру обслуживаемой территории;

$Ч_{РТ}$ – количество магазинов торговых сетей в регионе, ед.;

$Ч_{Н}$ – численность населения в регионе, чел.

Результаты расчетов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Обеспеченность населения Донецкой Народной Республики магазинами крупных торговых сетей (по городам) на 01.01.2020 г. [8, 9]

Название населенного пункта	Количество крупных торговых сетей, ед.	Площадь территории города, км ²	Численность населения (постоянного), чел.	Коэффициент плотности крупных торговых сетей, ед/1 тыс. чел.
г. Донецк	99	385	933033	0,11
г. Макеевка	27	426	367878	0,07
г. Горловка	14	422	255464	0,05
г. Амвросиевка	1	19,4	42149	0,02
г. Докучаевск	1	11,63	23346	0,04
г. Дебальцево	1	24,2	25629	0,04
г. Енакиево	4	39,4	119054	0,03
г. Ждановка	1	2	12178	0,08
г. Иловайск	2	10,8	15543	0,13
г. Кировское	3	70	27493	0,11
г. Снежное	3	38,61	65859	0,05
г. Торез	5	44,37	75266	0,07
г. Углегорск	2	5,78	7372	0,27
г. Шахтерск	4	42,22	57636	0,07
г. Ясиноватая	2	13,58	42451	0,05
г. Харцызск	5	18,43	97113	0,05
г. Зугрэс	2	14,5	18024	0,11
ПГТ Тельманово	1	13,9	4315	0,23
<i>В среднем по Донецкой Народной Республике</i>	177	7853	2146353*	0,08

* при расчетах учтена численность населения городской местности

Анализ данных, приведенных в таблице 1, позволяет сделать вывод о том, что в среднем по Донецкой Народной Республике коэффициент плотности крупных торговых сетей в расчете на 1 000 чел. составляет 0,08. При этом следует отметить, что значение коэффициента плотности крупных торговых сетей по городам Донецкой Народной Республики варьируется в диапазоне от 0,02 до 0,23 и, соответственно, зависит от численности населения города. Это обусловлено стремлением предпринимательских структур максимизировать прибыль, размещая магазины торговых сетей в районах с высокой плотностью населения и пешеходных потоков [3, с. 73].

По результатам проведенного анализа развития потребительского рынка Донецкой Народной Республики определено, что наиболее развитыми являются две торговые сети – ТС «Первый Республиканский Супермаркет» и ТС «Геркулес-Молоко».

Проведенный статистический анализ показал, что на потребительском рынке Донецкой Народной Республики функционируют три крупные торговые сети, реализующие непродовольственную группу товаров: одежду ТС «Семейный квартал» в 5-ти магазинах торговой сети Донецка, 3-х магазинах Макеевки, и по 1 магазину Енакиево и в Торезе. Достаточно крупной на потребительском рынке Донецкой Народной Республики является Торговая сеть «Фокс», реализация продукции которой осуществляется в 9 магазинах бытовой техники и электроники, из которых 3 расположены в Донецке, 2 в Макеевке, и по одному магазину в Горловке, Енакиево, Шахтерске и Харцызске.

Удовлетворение различного рода потребностей населения Донецкой Народной Республики в различных видах потребительских товаров осуществляется через ТС «Галактика». В гипермаркетах ТС «Галактика» представлен огромный ассортимент товаров разных категорий – игрушек, канцтоваров, строительных инструментов, сантехники, электроники, мебели, бытовой техники, спортивных тренажеров, кухонных принадлежностей, изысканной посуды, домашнего текстиля, автомасел, шин, аккумуляторов, спортивных товаров, средств бытовой химии и личной гигиены, декоративной косметики, детского питания и гигиены,

одежды и обуви на любой вкус, других товаров. В Донецкой Народной Республике функционируют 4 мультиформатных центра торговли ТС «Галактика» – два в Донецке, с торговой площадью 27 600 м² и 10 000 м², один в Макеевке – торговая площадь 30 000 м² и один в Горловке – торговая площадь 11 000 м².

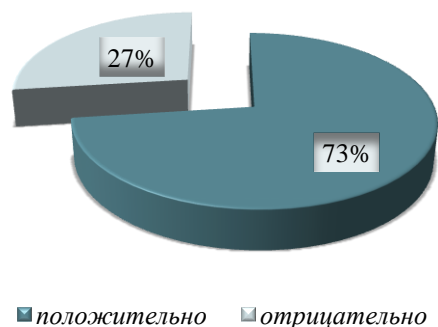
Следует отметить, что достаточно широкое развитие на потребительском рынке Донецкой Народной Республики получила торговля стоковой и бывшей в употреблении одеждой и обувью из Европы – «секонд-хенд». Предприниматели, которые занимаются покупкой бывшей в употреблении одежды с целью ее дальнейшей продажи в секонд-хендах или на специальных площадках в Интернете получили название «хантеров» (англ. *hunter* – охотник) [5]. Развитие хантерского предпринимательства прежде всего обусловлено реалиями современного мира, в котором быстро меняются социальные условия, в результате которых происходит формирование новых образов жизни людей. Молодежь как наиболее гибкая и мобильная категория населения легко адаптируется к социальным условиям, открывая для себя новые виды деятельности [5]. Хантеры представляют собой культурных посредников, медиаторов, осуществляющих связь между производителями и потребителями. Термин «культурные посредники» связывают с концепцией Пьера Бурдьё, назвавшего таким образом тех, кто занимается производством и предоставлением символических товаров и услуг [12, с. 234]. Хантеры тщательно отбирают из «куч» одежду, которая соответствует их вкусу, предпочтениям в стиле и моде. Они активно участвуют в круговороте вещей, одной из причин становится желание «очистить собственный шкаф» или, наоборот – желание обновить гардероб.

С целью изучения мотивов «секонд потребления» нами была разработана анкета, на основе которой было проведено социологическое исследование. В анкетировании приняли участие 247 респондентов из различных социально-демографических групп населения Донецкой Народной Республики. Результаты проведенного исследования представлены на рисунке 4.

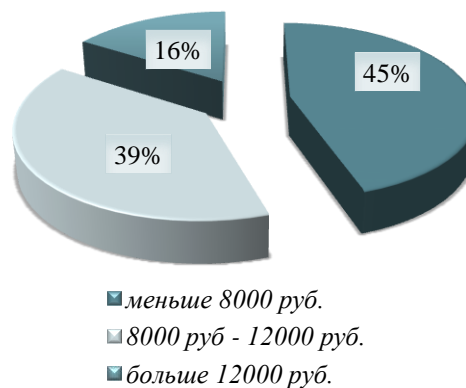
По результатам проведенного социологического исследования установлено, что две трети опрошенных жителей Донецкой Народной Республики положительно относятся к приобретению одежды и обуви в магазинах «Секонд-хенд» и лишь 19 % – отрицательно. Больше всего посещают секонд-хенды и совершают там покупки респонденты с уровнем дохода меньше 8 000 руб. в месяц (45 %); 39 % – среди респондентов с уровнем доходов 8 000–12 000 руб. в месяц, респонденты с уровнем дохода более 12 000 руб. посещают секонд-хенды в достаточно редких случаях.

Согласно результатам анкетирования среди мотивов «вторичного потребления» на первом месте – возможность приобрести качественные вещи по доступным ценам (42 %), 26 % респондентов отдают свое предпочтение приобретению одежды на вторичном рынке мотивируя свое решение отсутствием денежных средств на приобретение новой одежды хорошего качества, 6 % видят в этом возможность среди подержанных вещей найти новую одежду, 12 % – дешево приобрести одежду модных брендов, 14 % – доступность приобретения детской одежды в хорошем состоянии. Отметим, что 62 % опрошенных граждан на момент исследования не поддерживают идею запретить ввоз в Донецкую Народную Республику товаров секонд-хенда.

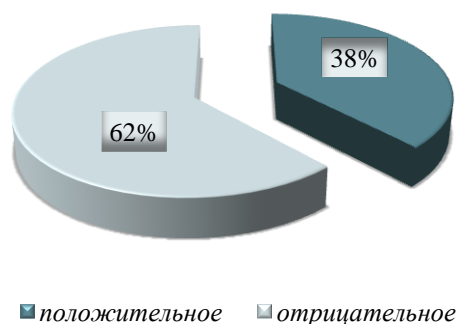
ВОПРОС: Ваше отношение к приобретению стоковой и бывшей в употреблении одежды и обуви?



ВОПРОС: Ваш уровень дохода (при положительном отношении к секонд-потреблению)?



ВОПРОС: Ваше отношение к запрету ввоза в Донецкую Народную Республику товаров секонд-хенда.



ВОПРОС: Какие Ваши мотивы приобретения товаров секонд-хенда?



■ положительное ■ отрицательное

■ возможность приобрести качественные вещи по доступным ценам
 ■ отсутствие денежных средств на приобретение новой одежды и обуви
 ■ возможность найти среди подержанных вещей новую одежду
 ■ возможность дешево приобрести одежду модных брендов
 ■ доступность приобретения в хорошем состоянии детской одежды

Рисунок 4 – Результаты социологического исследования рынка вторичного потребления в Донецкой Народной Республике (составлено автором по результатам собственного социологического исследования)

Значительная роль в удовлетворении потребностей населения Донецкой Народной Республики в товарах продолжает принадлежать рынкам. По состоянию на 01.01.2020 г. сеть ДП ГП «Рынки Донбасса» включает 97 рынков.

Согласно результатам проведенного статистического исследования, потребительский рынок Донецкой Народной Республики характеризуется динамичным развитием инфраструктуры. Так, одной из составляющих экономического развития Донецкой Народной Республики, способствующей насыщению потребительского рынка высококачественными това-

рами отечественного товаропроизводителя по доступным ценам, является ярмарочная деятельность. Ярмарки пользуются особой популярностью у населения Донецкой Народной Республики. Они способствуют повышению узнаваемости товаров отечественного производства и позволяют приобрести товар напрямую у производителя по оптово-отпускным ценам. При поддержке Министерства промышленности и торговли, совместно с администрациями городов и районов в 2018 году в городах и районах Республики проведено 1 748 ярмарок, в том числе 152 школьных ярмарки, реализовано 2 071,8 тонн продукции по ценам ниже рыночных на 5–25 % на общую сумму 131,9 млн руб. [13]. По состоянию на 01.12.2019 года в городах и районах Донецкой Народной Республики проведено 1 788 ярмарок, в том числе 468 школьных ярмарки, реализовано 1472,025 тонн продукции по ценам ниже рыночных на 5–25 %. Как отмечается в отчете Министерства промышленности и торговли об итогах работы сферы торговли за 2019 год: «...при организации ярмарок уделяется особое внимание отдаленным и проблемным городам и районам Республики с целью насыщения рынка качественными товарами по ценам товаропроизводителей, продвижения товаров, развития предпринимательства и снятия социальной напряженности» [2]. Безусловно, розничные рынки и ярмарки, как структура потребительского сектора, вносят свой вклад в решение ряда социальных задач благодаря установлению относительно низких цен, широкому ассортименту, территориальной доступности товаров и услуг, обеспечению занятости населения посредством создания рабочих мест в сфере непосредственной торговой деятельности, управления и обслуживания рынков. Рынки и ярмарки предоставляют широкие возможности для реализации продукции местными товаропроизводителями [6, с. 1082].

Важной целью продовольственной безопасности потребительского рынка является обеспечение экономической и физической доступности продуктов питания для населения. Структура обеспечения потребительского рынка Донецкой Народной Республики основными видами продуктов питания, произведенными отечественными производителями в 2019 году, представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Структура обеспечения потребительского рынка основными видами продуктов питания, произведенными отечественными производителями в 2017–2019 гг. [10, 14]

Группа продуктов	2017 год	2018 год	2019 год	Отклонение, +/-	
				2019 г. от 2017 г.	2019 г. от 2018 г.
Молоко и молочные продукты	59,60 %	66,60 %	*	–	–
Мучные и кондитерские изделия	57,90 %	75,60 %	68 %	10,10 %	–7,60 %
Мука	48,60 %	78,70 %	77 %	28,40 %	–1,70 %
Мясо и птица свежие и замороженные	74,10 %	76,50 %	71 %	–3,10 %	–5,50 %
Консервы, готовые продукты мясные	66,20 %	76,90 %	*	–	–
Яйца	78,30 %	82,10 %	84 %	5,70 %	1,90 %
Хлебобулочные изделия (кроме кондитерских)	92,90 %	93,40 %	92 %	–0,90 %	–1,40 %
Мясо копченое, соленое и колбасные изделия	83,80 %	95,60 %	83 %	–0,80 %	–12,60 %

*данные отсутствуют

Анализ обеспеченности потребительского рынка Донецкой Народной Республики основными видами продуктов питания, произведенными отечественными производителями в 2017–2019 гг., позволяет сделать вывод о том, что несмотря на то, что производственные предприятия Республики обеспечивают потребительский рынок более чем на 50 % по всем группам основных продуктов питания, в 2019 году отмечается тенденция сокращения уровня обеспеченности. Так, по группе «Мучные и кондитерские изделия» уровень обеспеченности потребительского рынка снизился в 2019 году на 7,6 %, по группе «Мука» – на 1,7 %, по группе «Мясо и птица свежие и замороженные» – на 5,5 %; группе «Хлебобулочные изделия (кроме кондитерских)» – на 1,4 %, группе «Мясо копченое, соленое и колбасные изделия» – на 12,6 %. Положительная динамика уровня обеспеченности отмечается только по группе

товаров «Яйца» – в 2019 году уровень обеспеченности составил 84 %, что на 1,9 % больше по сравнению с 2018 годом.

Выводы

Повышение уровня клиентоориентированности предпринимательских структур способствует повышению конкурентоспособности. По результатам проведенного исследования установлено, что для потребительского рынка Донецкой Народной Республики характерен тренд интенсивного развития, о чем свидетельствует рост количества предприятий розничной торговли, мелкорозничной торговли, стационарной торговли. Аргументированно, что в условиях конкурентной среды предпринимательские структуры должны функционировать с учетом всех интересов и потребностей покупателей, а также возможностей конкурентов. В обостряющей конкурентной борьбе за потребителя предпринимательские структуры предлагают покупателям новые виды товаров и услуг и активно внедряют современные торговые форматы, которые существенно меняют характер организации торговли, номенклатуру и качество предоставляемых потребительских услуг конечному потребителю [4, 15].

Список литературы

1. Малкова, Т. Б. Развитие потребительского рынка как основа повышения качества жизни населения региона / Т. Б. Малкова, Е. А. Балашова. – Текст : электронный // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 2(33), часть 3. – С. 7–14. – URL: <https://research-journal.org/economical/razvitie-potrebitelskogo-rynka-kak-osnova-povysheniya-kachestva-zhizni-naseleniya-region/> (дата обращения: 10.08.2020).
2. Азарян, Е. М. Стратегические ориентиры социально-экономического развития Донецкой Народной Республики / Е. М. Азарян, Ю. К. Яковлева // Экономика Донбасса: историческая проекция и траектория развития : материалы I-й Международной научно-практической конференции, 17.05.2018, Донецк : ГОВПО «ДонНУЭТ» имени Михаила Туган-Барановского», 2018. – 469 с.
3. Бакаева, В. В. Управление размещением торговых предприятий в городе / В. В. Бакаева, Н. В. Курушина // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2014. – № 1. – С. 71–76
4. Гришина, В. Т. Возможные маркетинговые решения магазина одежды на этапе открытия / В. Т. Гришина // Социально-экономическое развитие регионов на инновационной основе : сборник научных статей по материалам всероссийской научно-практической конференции. – Москва : Научный консультант, 2015. – С. 69–78.
5. Егереева, Ю. В. «Хантеры» и секонд-хенд потребление в Санкт-Петербурге / Ю. В. Егереева, О. Ю. Гурова. – Текст : электронный // Cyberleninka : [сайт]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/hantery-i-sekond-hend-potreblenie-v-sanktpeterburge> (дата обращения: 10.08.2020).
6. Плотникова, Е. В. Развитие сельскохозяйственной логистической инфраструктуры в Краснодарском крае / Е. В. Плотникова, В. В. Мазнинов // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 3(92). – С. 1080–1086.
7. Славянская, С. Двигатель экономики / С. Славянская. – Текст : электронный // Газета ДНР : [сайт]. – URL: <http://gazeta-dnr.ru/dvigatel-ekonomiki/> (дата обращения: 10.08.2020).
8. Динамика развития сферы торговли ДНР. – Текст : электронный // Деловой Донбасс. – URL: <https://delovoydonbass.ru/~LScI3> (дата обращения: 18.08.2020).
9. Министерство промышленности и торговли ДНР : официальный сайт. – URL: <https://www.mpt-dnr.ru/> (дата обращения: 20.08.2020). – Текст : электронный.
10. В Минпромторге ДНР подвели итоги работы сферы торговли за 2019 год. – Текст : электронный. – URL: <https://mpt-dnr.ru/news/1370-v-minpromtorge-dnr-podveli-itogi-raboty-sfery-torgovli-za-2019-god.html> (дата обращения: 02.08.2020).
11. Донецкая Народная Республика. Законы. Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения : принят Постановлением Народного Совета 2 февраля 2018 года № 215-ИНС. – Текст : электронный. – URL: <https://gisnra-dnr.ru/npa/0002-215-ihc-20180202/> (дата обращения: 05.08.2020).
12. Bourdieu, P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste / P. Bourdieu. – London : Routledge, 2010. – 607 p.
13. Народный Совет ДНР : официальный сайт. – URL: <https://dnrsovet.su/doklad-eduarda-armatova-ob-itogah-raboty-ministerstva-promyshlennosti-i-torgovli-za-2018-god/> (дата обращения: 12.08.2020). – Текст : электронный.
14. Доклад Эдуарда Арматова об итогах работы Министерства промышленности и торговли за 2019 год. – Текст : электронный // Народный Совет Донецкой Народной Республики : официальный сайт. – URL: <https://dnrsovet.su/doklad-eduarda-armatova-ob-itogah-raboty-ministerstva-promyshlennosti-i-torgovli-za-2019-god/> .

15. Ильяшенко, С. Б. Дополнительные услуги как фактор увеличения продаж в электронной торговле : взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы : сборник статей международной научно-практической конференции / С. Б. Ильяшенко. – Уфа, 2016. – С. 60–62.

Я. А. Яковенко

*ГОВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк*

**Потребительский рынок Донецкой Народной Республики как ключевая доминанта
ресурсного обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур**

Рассматривается потребительский рынок как ключевая доминанта ресурсного обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур. По результатам проведенного статистического исследования оценено состояние и определены основные тенденции развития отдельных сегментов потребительского рынка Донецкой Народной Республики. Определено, что для потребительского рынка ДНР характерен тренд интенсивного развития, о чем свидетельствует рост количества предприятий розничной торговли, мелкорозничной торговли, стационарной торговли. Проведен анализ тенденций развития крупных торговых сетей Республики как одной из прогрессивных форм развития потребительского рынка. Сформирована карта дислокации крупных торговых сетей, оценена равномерность их размещения и обеспеченность населения магазинами крупных торговых сетей.

Охарактеризованы предпосылки развития хантерского предпринимательства. Представлены результаты проведенного социологического исследования рынка «вторичного потребления» в Донецкой Народной Республике, по результатам которого определено, что основным мотивом потребительского предпочтения у респондентов является возможность приобрести качественные вещи по доступным ценам.

При исследовании потребительского рынка особое внимание уделено анализу тенденций развития ярмарочной деятельности, осуществляемой при поддержке Министерства промышленности и торговли совместно с администрациями городов и районов Донецкой Народной Республики.

Учитывая приоритетность государственной политики в обеспечении продовольственной безопасности потребительского рынка Донецкой Народной Республики, исследована структура обеспечения потребительского рынка Донецкой Народной Республики основными видами продуктов питания, произведенными отечественными производителями.

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ СТРУКТУРА,
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК, ХАНТЕРСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, ЯРМАРОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ,
КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ**

Ya. A. Yakovenko

Donetsk National University of Economics and Trade Named After Mikhail Tugan-Baranovskiy, Donetsk
**Consumer Market of the Donetsk People's Republic as a Key Dominant of the Competitiveness
Resource Support of Entrepreneurial Structures**

This work examines the consumer market as a key dominant of the competitiveness resource support of entrepreneurial structures. Based on the results of the statistical study, the state of individual segments of the Donetsk People's Republic consumer market is assessed and the main trends of their development are determined. It has been determined that the consumer market of the Donetsk People's Republic has a characteristic trend of intensive development, as evidenced by the growth in the number of retail trade enterprises, small retail trade, stationary trade. The analysis of development trends of the Donetsk People's Republic large retail chains as one of the progressive forms of the consumer market development is carried out. A location map of large retail chains of the Donetsk People's Republic is formed, the uniformity of their placement and the provision of the population of the Donetsk People's Republic with stores of large retail chains are assessed.

The prerequisites of the «hunter entrepreneurship» development are characterized. The work presents the results of the sociological study of the «secondary consumption» market in the Donetsk People's Republic, according to the results of which it is determined that the main motive of consumer preference among respondents is the opportunity to purchase high-quality things at affordable prices.

In the study of the consumer market, special attention is paid to the analysis of trends in the development of fair activities carried out with the support of the Ministry of Industry and Trade, together with the administrations of cities and regions of the Donetsk People's Republic.

Taking into account the priority of the state policy in ensuring food security of the consumer market of the Donetsk People's Republic, the structure of providing the consumer market of the Donetsk People's Republic with the main types of food produced by domestic producers is investigated.

COMPETITIVENESS, RESOURCE SUPPORT, BUSINESS STRUCTURES, CONSUMER MARKET, «HUNTER» ENTREPRENEURSHIP, FAIR ACTIVITIES, CUSTOMER ORIENTED

Сведения об авторе:

Я. А. Яковенко

Телефон: +38 (071) 321-59-33

Эл. почта: yana2394@mail.ru

Статья поступила 18.09.2020

© Я. А. Яковенко, 2020

Рецензент: С. А. Легкий, канд. экон. наук, доц., АДИ ГОУВПО «ДОННТУ»