

ЭКОНОМИКА ТЕРРИТОРИИ

DOI: 10.15838/tdi.2021.3.58.5

УДК 332.1 | ББК 65.04

© Демченко И.Е.

ОЦЕНКА УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА ЭКОНОМИКИ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА¹



ИРИНА ЕВГЕНЬЕВНА ДЕМЧЕНКО

Вологодский научный центр Российской академии наук

г. Вологда, Российская Федерация

e-mail: irisha.demchencko@yandex.ru

ORCID: [0000-0001-8432-0551](https://orcid.org/0000-0001-8432-0551); ResearcherID: [ABB-4136-2020](https://orcid.org/ABB-4136-2020)

Значимость потребительского рынка для экономики российских регионов заключается в том, что во многом именно от его стабильности зависит динамика их развития в целом. Цель нашего исследования заключается в проведении экономической диагностики состояния потребительского рынка субъектов СЗФО для выявления имеющихся проблем функционирования и определения направлений их решения. Информационной базой послужили труды российских и зарубежных ученых, а также статистические данные Росстата. Научная новизна заключается в применении комплексного подхода к оценке сферы потребительского обращения товаров и услуг на региональном уровне и совершенствовании системы показателей, характеризующих состояние инфраструктуры потребительского рынка, путем добавления индикаторов, отражающих число организаций общественного питания и количество проведенных в регионах розничных ярмарок. В статье рассмотрены существующие методики оценки состояния потребительского рынка, среди них выбрана та, которая отличается наибольшей комплексностью в анализе основных показателей, характеризующих состояние рынка товаров и услуг. На основе данной методики проведена оценка уровня развития потребительского рынка и его инфраструктуры через расчет суммарного отклонения от балльных оценок средних значений показателей по федеральному округу. Проанализированы основные показатели, характеризующие потребительский рынок. По результатам анализа выделены проблемы, сдерживающие развитие субъектов, заключающиеся прежде всего в нехватке источников инвестиционных вложений, невысоком уровне социально-экономического развития и недостаточном инфраструктурном обеспечении некоторых регионов. Сформулированы основные направления, способные дать толчок дальнейшему развитию потребительского рынка. Материалы исследования могут

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00643.

быть использованы региональными органами власти, а также представлять практический интерес для исследователей, занимающихся данной проблематикой.

Потребительский рынок, Вологодская область, оценка потребительского рынка, рыночная инфраструктура.

Введение

Конечной целью функционирования и развития экономики является удовлетворение потребностей населения, претерпевающих количественные и качественные изменения. Достижение указанной цели обуславливает развитие предприятий потребительского назначения, непосредственно занимающихся насыщением рынка необходимыми для потребителя товарами и услугами, и инвестирование в них.

В настоящее время нестабильность экономической ситуации в мире, связанная с множеством факторов, требует постоянного совершенствования потребительского рынка со стороны каждого его участника. Воздействие государственных органов власти через уточнение нормативно-правовой базы, являющейся гарантом защиты прав всех субъектов потребительских отношений, действия хозяйствующих субъектов, нацеленные на существенное повышение качества выпускаемой продукции в конкурентной борьбе за потребителя с иностранными производителями, а также тенденция увеличения спроса на расширенное воспроизводство человеческого капитала со стороны домашних хозяйств побуждают потребительский рынок экономики к стремительному развитию.

Основная социальная цель развития потребительского рынка заключается в удовлетворении потребителя качественными, но при этом доступными товарами и услугами, составляющими основу оценки благосостояния населения [1].

Ввиду своего географического расположения российский потребительский рынок наибольший интерес представляет именно в разрезе территориальных образований, специфика функционирования которых

обуславливает высокую степень локализации потребительского рынка относительно конкретной территории и ее населения. Выраженная дифференциация уровня социально-экономического развития различных федеральных округов и входящих в них регионов², в том числе потребительского рынка, недостаточный уровень развития его инфраструктуры, слабая инвестиционно-инновационная активность хозяйствующих субъектов позволяют сделать вывод об актуальности оценки уровня развития потребительского рынка экономики, которая в дальнейшем позволит определить приоритетные цели его развития и направления государственной политики.

Целью исследования является проведение экономической диагностики состояния потребительского рынка СЗФО и входящих в него регионов для выявления имеющихся проблем функционирования рынка и определения возможных путей их решения.

Анализ потребительского рынка осуществлялся за период с 2014 по 2019 год в контексте оценки последствий экономического кризиса 2014–2015 гг. (повлекшего за собой обвал реальных доходов населения, рост инфляции и безработицы, девальвацию рубля) для потребительского рынка и определения темпов его восстановления.

Информационной базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных специалистов, занимающихся вопросами регулирования потребительского рынка, а также статистическая информация, собранная с сайта Федеральной службы государственной статистики по регионам СЗФО. Научная новизна заключается в применении комплексного подхода к оценке сферы потребительского обращения товаров и услуг, позволяющего сформулировать основные

² Стратегия пространственного развития РФ на период до 2025: утв. Распоряж. Правительства РФ от 13 февраля 2019 г. № 207-п / Мин-во экон. развития РФ. URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/rasporyazhenie_ot_13_fevralya_2019_g_207_r.html (дата обращения 17.05.2021).

направления и мероприятия по формированию региональной политики в этой сфере.

Методический инструментарий исследования

Вопросы, связанные с потребительским обеспечением населения, не теряют своей актуальности. Анализ состояния потребительского рынка товаров и услуг в пределах различных территориальных образований и в целом по стране проводится на постоянной основе.

В научной литературе присутствуют различные трактовки понятия «потребительский рынок». Ученые сходятся во мнении, что потребительский рынок представляет

собой основной и необходимый структурный элемент национальной и региональной экономики.

На сегодняшний день в научных исследованиях российских и зарубежных авторов, специализирующихся в области экономической теории, есть различные трактовки экономической категории «потребительский рынок экономики». Обобщение научных работ по данной проблематике показало наличие нескольких подходов к определению потребительского рынка (табл. 1).

Таким образом, резюмируя терминологические аспекты исследования, в определении понятия «потребительский рынок» будем придерживаться его трактовки с по-

Таблица 1. Подходы к определению понятия «потребительский рынок»

Подход	Сущность понятия
Экономический	Сфера обмена, где огромное скопление товаров имеет потребительскую стоимость ¹⁾
	Система регулярного, преимущественно денежного, взаимовыгодного, добровольного и состязательного обмена благами [2]
Отраслевой	Подсистема социально ориентированной экономики, главным активом которой являются социально-трудовые отношения [3]
	Совокупность отраслей, производящих товары и услуги (платные и бесплатные) для населения ²⁾
Смешанный	Сфера производства и торговли товарами, оказания услуг, выполнения работ, обеспечения защиты интересов, прав, жизни, здоровья, безопасности граждан при осуществлении ими своих материальных и духовных потребностей [4]
Экономико-правовой	Система социально-экономических и правовых отношений между продавцами и покупателями по поводу реализации товаров, оказания услуг и работ [5]
Поведенческо-экономический	Сложное передаточное устройство, позволяющее с наибольшей полнотой и эффективностью использовать информацию, рассеянную среди бесчисленного множества индивидуальных агентов ³⁾
	Отдельные лица и домохозяйства, приобретающие товары и услуги для личного потребления ⁴⁾
Институциональный подход	Определенная институциональная структура, охватывающая законы, правила игры, а также определенный тип поведения, отношений и связей [6]; совокупность предприятий, которые вовлечены в процесс купли-продажи потребительских товаров в рамках определенной рыночной зоны [7]
Воспроизводственный подход	Система отношений, которая возникает по поводу производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг, в рамках которой завершается оборот капитала и товара [8]
	Основная составляющая структуры современной рыночной экономики, где часть ВВП, материализованная в виде произведенных товаров и услуг, приобретает потребителями для личного потребления ⁵⁾
Источники:	
¹⁾ Маркс К. Капитал: критика политической экономии. Т. 1. М.: Эксмо, 2011. 1200 с.	
²⁾ Кузык Б.Н., Кушлин В.И., Яковец Ю.В. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование: учебник. М.: Экономика, 2009. 591 с.	
³⁾ Хайек Ф. Собрание сочинений: пер. с англ. В 19 т. Т. 15. Рынок и другие порядки. М., Челябинск: Социум, 2020.	
⁴⁾ Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Вильямс, 2003. 356 с.	
⁵⁾ Шабунина И.М., Ломовцева О.Д., Трубин М.Ю. Теория и практика региональной экономики. Волгоград, 1996. 65 с.	

зиции экономического подхода, отождествляющего потребительский рынок прежде всего со сферой реализации экономических благ: система товарно-денежных отношений, возникающих между производителями товаров и услуг, чья цель заключается в получении прибыли посредством реализации благ, и домохозяйствами, для которых приобретение товаров является средством удовлетворения личных потребностей.

Анализ работ ученых по данной проблематике показал, что «при проведении оценки состояния потребительского рынка региона используются различные методы, наиболее распространенными из которых являются системный анализ, статистические методы (балансовый, индексный и др.), методы социологических исследований, факторный, регрессионный и корреляционный анализы, экспертные методы, основанные на субъективном предсказании развития исследуемого объекта специалистами-экспертами» [9; 10]. По мнению исследователей, немаловажным критерием при проведении комплексной диагностики потребительского рынка с последующим получением достоверных результатов выступает доступная и наиболее полная для анализа статистическая информация регионального уровня [11].

Некоторые исследователи строят систему экономической диагностики потребительского рынка на основе элементов, направленных на выявление внутренних противоречий потребительского рынка, устранение которых ведет к усилению его потенциальных возможностей [12].

В работе Е.Н. Киселевой, О.В. Власовой и Е.Б. Конновой³ уделено внимание исследованию конъюнктуры потребительского рынка, где в качестве одного из компонентов рассматривается такой аспект, как потребление. Его анализ предполагает выявление факторов, оказывающих влияние на емкость потребительского рынка, определение значимости отдельно взятого вида товара или услуги в структуре потребления, степень мо-

нополизации производства каждого из них, формы и методы их реализации.

Интересен подход к оценке уровня развития регионального потребительского рынка, изложенный в работе Т.Н. Черемисиной [13], который предусматривает расчет интегрального показателя, рассчитываемого как средняя геометрическая темпов изменения резульативных показателей.

Среди имеющихся методологических подходов к исследованию потребительского рынка комплексностью отличается работа Е.В. Кутяшовой⁴. Для диагностики его состояния автор выделяет три направления анализа:

- анализ основных показателей, отражающих развитие потребительского рынка, анализ структуры потребительского рынка товаров;
- оценка развития потребительского рынка;
- анализ инфраструктуры рынка товаров и услуг, в том числе анализ субъектов потребительского рынка.

На основании выбранной методики оценка состояния потребительского рынка и его инфраструктуры производилась с помощью расчета суммарных отклонений от балльных оценок средних значений по федеральному округу:

$$ПР = \frac{\sum_{i=1}^n (O_{\Phi 0} - O_c)}{n}, \quad (1)$$

где:

ПР – оценка состояния потребительского рынка региона;

$O_{\Phi 0}$ – балльное значение соответствующего показателя по округу;

O_c – балльное значение соответствующего показателя субъекта;

$i = 1, \dots, n$ – показатели, характеризующие состояние потребительского рынка.

Оценка потребительского рынка производилась на основе следующих показателей: розничный товароборот, оборот обще-

³ Киселева Е.Н., Власова О.В., Коннова Е.Б. Рынок продовольственных товаров. М.: Вузовский учебник, 2009. 162 с.

⁴ Кутяшова Е.В. Региональный рынок потребительских товаров и услуг: экономическая диагностика развития и совершенствование региональной политики: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Пермь, 2004. 28 с.

ственного питания, объем платных услуг в расчете на душу населения.

В качестве показателей, необходимых для оценки уровня развития рыночной инфраструктуры, были использованы:

- 1) число организаций рыночной торговли;
- 2) число торговых мест;
- 3) число организаций, обслуживающих общественное питание;
- 4) число розничных ярмарок;
- 5) объем инвестиций в основной капитал сфер торговли и общественного питания.

Данная методика апробирована на примере Северо-Западного федерального округа.

Результаты исследования

Тенденции развития потребительского рынка СЗФО, его структуры

Доступность и качественность продовольственных и непродовольственных товаров, а также предоставляемых платных услуг, указывают на уровень жизни населения исследуемой территории [14], поэтому развитие потребительского рынка является важнейшей задачей страны и субъектов РФ.

В настоящее время многими зарубежными [15–17] и российскими учеными рассматриваются различные направления развития потребительского рынка как в части общих тенденций, проблем и стратегических перспектив, так и в части конкретного

его совершенствования в «условиях глобализации, интернационализации и цифровизации экономики и общества» [14].

Основными показателями, с которых начинается исследование потребительского рынка, являются розничный товарооборот, отражающий степень удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах высокого качества, объем платных услуг, связанный с расходами потребителей на удовлетворение таких индивидуальных потребностей, как социально-бытовые, медицинские, образовательные, культурные, правовые и другие, и оборот общественного питания, под которым принято понимать выручку, полученную в ходе реализации готовых продуктов питания или полуфабрикатов.

В табл. 2 представлена динамика оборота розничной торговли по СЗФО и конкретно по Вологодской области.

В целом, относительно предкризисных значений 2014 года наблюдается восстановление потребительского спроса, который на момент 2019 года отставал от уровня 2014 года на 1,2% по СЗФО. Наиболее заметное сокращение конечного потребления произошло в период с 2014 по 2016 год. Оно было связано с экономическим кризисом в стране, причинами которого стали падение цен на нефть, выдвинутые России санкции и свя-

Таблица 2. Динамика оборота розничной торговли по регионам СЗФО за 2014–2019 гг., % к предыдущему году

Субъект СЗФО	Год						2019 год к 2014 году, %
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
СЗФО	102,6	92,7	98,2	102,7	103,7	102,0	98,8
Ленинградская область	102,5	95,0	100,1	103,4	103,4	102,1	112,4
г. Санкт-Петербург	103,6	95,3	101,8	103,8	106,8	104,5	103,8
Калининградская область	103,9	93,1	96,6	102,7	103,6	99,5	102,2
Вологодская область	102,0	90,3	95,6	103,6	105,8	102,7	97,2
Республика Карелия	102,4	93,8	99,3	101,9	105,8	101,8	96,6
Архангельская область	101,0	86,2	93,8	100,5	100,3	100,0	95,2
Новгородская область	99,8	80,9	90,6	99,5	100,2	100,1	92,8
Псковская область	102,6	91,8	96,9	101,8	105,1	101,5	90,2
Мурманская область	103,2	90,7	91,1	102,9	102,5	103,5	81,5
Республика Коми	105,2	95,2	97,1	100,1	100,1	100,2	73,1

Источник: данные Росстата.

Таблица 3. Доля непродовольственных товаров в структуре потребления СЗФО в 2014–2019 гг., % к итогу

Субъект СЗФО	Год						2019 год к 2014 году, п. п.
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
СЗФО	56,4	54,1	54,3	54,9	56,6	56,6	0,2
Архангельская область	45,8	43,5	44,1	46,1	47,4	47,1	1,3
Республика Коми	49,7	48,2	50,1	50,6	50,9	50,9	1,2
Псковская область	50,1	49,4	49,4	49,9	50,6	51,2	1,1
Ленинградская область	53,5	50,2	49,4	49,6	52,1	54,4	0,9
Новгородская область	50,8	50,5	50,5	52,1	52	50,8	0
Республика Карелия	45	41,9	42,2	43	45,4	45	0
г. Санкт-Петербург	66,4	64,2	63,6	64,1	66,3	65,7	-0,7
Вологодская область	44,6	42,2	42,3	42,4	43,2	43,9	-0,7
Калининградская область	53	49,4	50,2	50,3	51,6	51,2	-1,8
Мурманская область	45,1	39,4	41,2	41,1	41	40,2	-4,9
Источник: данные Росстата.							

занная с ними резкая девальвация рубля. С 2016 по 2019 год падение розничного товарооборота прекратилось, наблюдалась положительная динамика. Вместе с тем отметим, что в 2014 году опережающие темпы роста характерны для Ленинградской и Калининградской областей и г. Санкт-Петербурга. Остальные регионы исследуемого округа за анализируемый период показали отставание в темпах роста потребительского спроса. Существенное отставание в темпах восстановления потребительского спроса заметно в Мурманской области и Республике Коми (темпы роста отстают от уровня 2014 года на 18,5 и 26,9% соответственно), что может быть обусловлено снижением потребительского предложения в связи с сокращением числа организаций розничной торговли в ответ на падение реальных доходов населения, экспансию крупных торговых сетей, а также усиление контроля со стороны государственных органов власти.

Помимо общего показателя объемов реализации товаров немаловажное значение приобретает структура потребления, отражающая качество жизни населения. Доля непродовольственных товаров в структуре потребления субъектов СЗФО представлена в табл. 3.

Высокий уровень потребляемых непродовольственных ресурсов говорит о росте покупательной способности населения, которое тратит денежные средства на покупку товаров не только первой необходимости, но и на те, что удовлетворяют конкретную потребность покупателя, за исключением пищевой. В СЗФО наблюдается аналогичная тенденция увеличения удельного веса непродовольственных товаров в структуре розничного оборота, однако темпы роста таких благ остаются на невысоком уровне. Многие субъекты округа после экономического кризиса только восстанавливают прежний уровень потребительского спроса (Новгородская область, Республика Карелия) и лишь часть из них наращивает оборот розничных продаж непродовольственных товаров (Республика Коми, Архангельская, Ленинградская, Псковская области). Аналитический центр при Правительстве РФ сообщает о росте продаж прежде всего техники среди непродовольственных товаров: мобильных телефонов, аппаратуры, стиральных машин, телевизоров, холодильников и морозильников, а также компьютеров⁵.

Оборот в индустрии общественного питания в Северо-Западном федеральном

⁵ Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики: личное потребление товаров / Аналитический центр при Правительстве РФ. URL: <https://ac.gov.ru/publications/topics/topic/5478> (дата обращения 26.05.2021).

округе (табл. 4) за весь период исследования имеет положительную динамику.

Практически все субъекты, входящие в Северо-Западный федеральный округ, показали прирост (в сопоставимых ценах) оборота общественного питания в 2019 году относительно уровня 2014 года. Исключениями стали Республика Коми и Новгородская область, чьи показатели упали в сравнении с 2014 годом практически на 10%.

Лидирующее положение занял г. Санкт-Петербург, темпы роста которого сравнимы с Архангельской областью. Темп роста Вологодской области (119%) оказался практически сопоставим с уровнем Псковской области, уступив при этом позицию Мурманской области, показавшей прирост оборота относительно уровня 2014 года в 30,2%.

Впрочем, 2015–2016 гг. были сложнейшим периодом для предприятий общественного питания. Снижение потребительской активности в эти годы, обусловленное санкциями и экономическим кризисом, усугублялось действием продовольственного эмбарго, введенного в ответ на ограничения со стороны США и стран ЕС. Рост издержек компаний, переход на отечественные продукты, повышение цен на блюда привели к потере лояльных посетителей, чьи предпочтения изменились в сторону менее до-

рогих заведений общепита. Однако стоит отметить, что положительная динамика, наблюдаемая с 2016 года, доказывает выгоду от введенных контрсанкций, которые впоследствии позволили увеличить масштабы отечественных сельскохозяйственных и пищевых производств за счет снижения импорта продовольствия и увеличения иностранных инвестиций в агропромышленный комплекс.

Помимо оборота общественного питания, в виде одного из ключевых индикаторов уровня жизни рассматривается объем платных услуг, оказываемых населению региона (табл. 5).

Объем платных услуг в сравнении с 2014 годом по Северо-Западному федеральному округу увеличился на 2%. В целом по округу с 2016 года наметилась тенденция роста объема оказываемых платных услуг, однако в 2019 году она сменилась. Многие субъекты СЗФО показали снижение объемов относительно 2018 года. Это может быть связано с повышением ставки НДС с 18 до 20%, что отразилось на увеличении налоговой нагрузки конечных потребителей и, как следствие, на росте цен со снижением реальных доходов населения. Незначительный рост потребления платных услуг наметился лишь в Псковской (2,8%), Мурманской (0,3%) областях и Санкт-Петербурге (0,7%).

Таблица 4. Динамика оборота общественного питания по регионам СЗФО за 2014–2019 гг., % к предыдущему году

Субъект СЗФО	Год						2019 год к 2014 году, %
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
СЗФО	96,9	99,3	107,1	103,1	105,2	109,4	126,3
г. Санкт-Петербург	93,2	96,6	113,0	104,5	106,2	113,8	137,9
Архангельская область	97,3	98,5	110,3	99,4	105,6	107,1	137,9
Мурманская область	87,1	96,6	113,0	104,5	106,2	113,8	130,2
Ленинградская область	101,6	137,5	96,6	97,9	100,2	99,9	122,1
Вологодская область	123,7	94,9	99,9	109,3	107,1	100,8	119,0
Псковская область	96,5	90,1	93,9	101,2	100,8	105,4	118,7
Республика Карелия	102,5	102,2	97,8	103,8	108,4	105,8	112,6
Калининградская область	92,1	90,3	108,5	102,3	106,8	110,9	111,9
Республика Коми	106,9	97,8	105,4	101,3	101,1	106,7	91,0
Новгородская область	100,8	96,2	96,7	97,0	100,1	100,4	90,7

Источник: данные Росстата.

Таблица 5. Динамика объема платных услуг по регионам СЗФО за 2014–2019 гг., % к предыдущему году

Субъект СЗФО	Год						2019 год к 2014 году, %
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
СЗФО	100,0	98,0	100,3	101,2	102,7	99,8	102,1
Ленинградская область	99,1	98,9	101,7	102,8	104,5	99,9	109,8
г. Санкт-Петербург	100,4	100,2	103,0	102,5	103,1	100,7	107,9
Калининградская область	102,9	98,4	98,2	98,6	100,4	99,2	105,4
Республика Карелия	103,3	98,2	102,5	103,4	101,8	99,5	103,2
Псковская область	101,3	97,5	97,4	98,5	98,9	102,8	101,2
Вологодская область	103,0	92,4	97,0	96,2	103,4	99,6	95,1
Архангельская область	92,8	92,9	97,6	99,4	99,0	97,6	94,9
Мурманская область	103,5	98,9	100,2	102,8	101,0	100,3	88,8
Республика Коми	101,0	96,7	93,0	93,1	97,0	97,3	87,1
Новгородская область	100,2	101,0	100,5	100,1	100,2	99,4	79,0
Источник: данные Росстата.							

Говоря о последствиях сокращения потребления в период с 2014 года, можно сказать, что экономический кризис, произошедший в стране, повлиял на формирование нового потребительского поведения, адаптация которого происходила по трем ключевым направлениям: общее снижение объема потребления товаров и услуг, постепенное увеличение доли продовольственных расходов в структуре потребительских затрат и ухудшение качества приобретаемых благ [18, с. 3]. Отметим также, что сокращение объема потребления платных услуг в некоторых регионах отчасти могло быть связано с потребительским бумом конца 2014 года, обеспечившим высокую базу для показателей конца 2015 года.

Однако наиболее показательным для анализа состояния потребительского рынка регионов СЗФО будет проведение комплексной диагностики, включающей в себя несколько количественных показателей, характеризующих рынок товаров и услуг.

Дальнейшая оценка потребительского рынка строится на основе описанной выше методики, состоящей в расчете отклонения балльных оценок показателей регионов от балльных оценок средних значений по округу.

Оценка развития потребительского рынка

Второй этап включает в себя оценку развития потребительского рынка субъектов по трем основным показателям: розничный товарооборот, оборот общественного питания и объем платных услуг в расчете на душу населения.

Результаты диагностики показали, что опережающий уровень развития рынка товаров и услуг в сравнении с уровнем федерального округа характерен для Санкт-Петербурга, Мурманской и Архангельской областей (табл. 6). Крайне низкий уровень был характерен для Вологодской, Псковской и Новгородской областей. Вологодская область заняла последнее место по обороту розничной торговли и обороту общественного питания в расчете на душу населения и восьмое место среди регионов СЗФО по объему платных услуг на душу населения, показав, таким образом, самый низкий уровень развития потребительского рынка по Северо-Западному федеральному округу. Ожидаемой оказалась позиция г. Санкт-Петербурга, обогнавшего остальные субъекты по розничной торговле и объему платных услуг на душу населения, уступившего первое место только по обороту общественного питания Мурманской области, которая наряду с Архангельской областью показала высо-

Таблица 6. Оценка развития потребительского рынка субъектов СЗФО в 2019 году

Субъект СЗФО	Розничный товарооборот на душу населения, руб./чел.	Балльная оценка по розничному товарообороту на душу населения	Оборот общественного питания на душу населения, руб./чел.	Балльная оценка по обороту общественного питания на душу населения	Объем платных услуг на душу населения, тыс. руб. / чел.	Балльная оценка по объему платных услуг на душу населения	Отклонение от балльных оценок средних значений	Уровень развития потребительского рынка
СЗФО (среднее значение)	214 388	5	12 120	5	64 022	4	-	-
г. Санкт-Петербург	278 027	1	17 170	2	102 834	1	3,3	Выс.
Мурманская область	240 353	2	19 454	1	85 000	2	3,0	Выс.
Архангельская область	239 516	3	14 250	3	66 818	3	1,7	Выс.
Республика Коми	196 592	7	11 301	5	63 567	4	-0,7	Низ.
Калининградская область	179 949	9	14 184	4	62 493	5	-1,3	Низ.
Республика Карелия	209 593	5	8 903	8	60 312	6	-1,7	Низ.
Ленинградская область	235 709	4	10 124	6	44 713	10	-2,0	Низ.
Новгородская область	201 392	6	8 534	9	55 488	7	-2,7	Кр. н.
Псковская область	192 571	8	9 468	7	45 082	9	-3,3	Кр. н.
Вологодская область	170 174	10	7 813	10	53 915	8	-4,7	Кр. н.

Условные обозначения: Выс. (свыше 1,6) – высокий уровень развития потребительского рынка; Ср. (от -0,5 до 1,5) – средний уровень развития потребительского рынка; Низ. (от -2,6 до -0,6) – низкий уровень развития потребительского рынка; Кр. н. (ниже -2,7) – крайне низкий уровень развития потребительского рынка.
Источник: данные Росстата.

кий уровень развития рынка товаров и услуг. Следует отметить, что сфера общественного питания в Мурманской области является динамично развивающимся сегментом потребительского рынка, чему способствует поддержка региональной властью частной инициативы граждан в сфере малого и среднего бизнеса.

Оценка развития рыночной инфраструктуры СЗФО

Следующий этап, включающий в себя оценку рыночной инфраструктуры, был произведен аналогичным образом (табл. 7). Для характеристики инфраструктуры потребительского рынка приведены показатели, отражающие количество организаций рыночной торговли, организаций, обслуживающих общественное питание, число розничных ярмарок, торговых мест, а также объем инвестиций, направленный на развитие сфер торговли и общественного питания.

На основе произведенных расчетов можно сделать вывод о наличии дифференциации в развитии рыночной инфраструктуры, являющейся одним из факторов высокого уровня потребительского спроса и предло-

жения. Результаты анализа регионов СЗФО свидетельствуют о том, что преобладают территории со средним и низким уровнем развития инфраструктуры, что также может выступать одним из сдерживающих факторов роста потребительского спроса. В группу со средним уровнем вошли Архангельская, Вологодская, Новгородская области и город федерального значения Санкт-Петербург, однако и они обладают недостаточными темпами развития инфраструктуры и привлечения инвестиций, исходя из имеющихся возможностей. В качестве преимуществ данных регионов можно обозначить выгодное географическое положение с развитой транспортно-логистической системой и близостью к большому потребительскому рынку, что обуславливает совершенствование рыночных, инвестиционных платформ, направленных на рост потребительских расходов населения.

Крайне низкий уровень характерен для республик Карелии и Коми. Эти регионы обладают высоким производственным и инвестиционным потенциалами, которые на данный момент полностью не реализованы.

Таблица 7. Оценка развития рыночной инфраструктуры субъектов СЗФО в 2019 году

Субъект СЗФО	Число организаций оптовой и розничной торговли (без учета ИП и малого предпринимательства)	Балльная оценка по числу организаций оптовой и розничной торговли	Число торговых мест на розничных рынках и ярмарках	Балльная оценка по числу торговых мест на розничных рынках и ярмарках	Число проведенных розничных ярмарок	Балльная оценка по числу проведенных розничных ярмарок	Число гостиниц и организаций, обслуживающих общественное питание	Балльная оценка по количеству обслуживающих организаций	Объем инвестиций в основной капитал сфер торговли и общественного питания (млн руб.)	Балльная оценка по объему инвестиций в сферу торговли и общественного питания	Интегральное отклонение от средней балльной оценки	Уровень развития инфраструктуры
СЗФО (среднее значение)	5 012	3	14 858	5	421,8	4	1 408	2	4 886	3	-	-
Ленинградская область	6 816	2	39 540	2	827	2	827	3	5 151	2	1,2	Выс.
г. Санкт-Петербург	23 608	1	8 323	6	46	10	8 510	1	36 836	1	-0,4	Ср.
Новгородская область	2 629	6	40 064	1	1 580	1	382	9	1 081,20	5	-1,0	Ср.
Архангельская область	1 609	8	9 103	5	314	4	666	4	1 408	3	-1,4	Ср.
Вологодская область	2 196	7	18 296	3	655	3	513	6	797,1	7	-1,8	Ср.
Калининградская область	3 095	5	7 497	7	186	5	1 311	2	177,8	10	-2,4	Низ.
Псковская область	3 537	3	15 774	4	164	6	355	10	805,7	6	-2,4	Низ.
Мурманская область	3 479	4	4 282	8	140	9	573	5	1 199,50	4	-2,6	Низ.
Республика Коми	1 578	9	3 019	9	161	7	493	7	635,8	9	-4,8	Кр. н.
Республика Карелия	1 568	10	2 677	10	145	8	453	8	770,6	8	-5,4	Кр. н.

Условные обозначения: Выс. (свыше 0) – высокий уровень развития потребительского рынка; Ср. (от -1,9 до -0,2) – средний уровень развития потребительского рынка; Низ. (от -3,7 до -2) – низкий уровень развития потребительского рынка; Кр. н. (ниже -3,8) – крайне низкий уровень развития потребительского рынка.
Источник: данные Росстата.

При этом слабая развитость малого и среднего бизнеса, нехватка высококвалифицированных кадров, миграционная убыль населения мешают развитию территорий, их рыночному обустройству.

Таким образом, незначительный рост оборота розничной торговли (а относительно 2014 года и вовсе его сокращение на 1,2%) непродовольственных товаров в структуре потребления, сокращение объема платных услуг (за 2019 год) указывают на бедность населения большинства регионов Северо-Западного федерального округа, для которого приоритетным направлением расходования средств являются продовольственные товары. Подтверждением указанного вывода также выступила проведенная диагностика потребительского рынка, свидетельствующая о слишком низком уровне его развития среди регионов относительно средних значений по всему федеральному округу. Это позволило указать на наличие другой, не менее значимой проблемы дифференциации в уровне социально-экономического развития территорий СЗФО.

Проведенная оценка рыночной инфраструктуры дала чуть более обнадеживающие прогнозы, показав, что половина субъектов СЗФО обладает средним уровнем развития инфраструктуры потребительского рынка, однако другая половина опять же имеет либо низкий, либо крайне низкий уровень для увеличения потребительского спроса.

В соответствии с полученными результатами можно сделать вывод о необходимости принятия мер, направленных на развитие инфраструктуры рынка и повышение уровня социально-экономического развития, следствием которых будет рост потребительского спроса. Помимо этого, при разработке мер наиболее важным считается применение дифференцированного подхода к отдельным группам регионов с разным уровнем развития потребительского рынка. В связи с вышесказанным результаты оценки потребительского рынка территорий СЗФО могут быть использованы в дальнейших исследованиях.

Выводы

Значимость потребительского рынка для экономики российских регионов заключается в том, что во многом именно от его стабильности зависит динамика их развития в целом, т. к. весь воспроизводственный процесс на всех стадиях экономической деятельности строится на функционировании отдельных хозяйствующих субъектов, замыкающим звеном которых выступает потребительский рынок как институциональная система, контролирующая реализацию необходимых для полного удовлетворения потребительского спроса товаров и услуг.

Тенденции роста розничного товарооборота, увеличения доли непродовольственных товаров в его структуре, рост оборота общественного питания дают обнадеживающие прогнозы. Вместе с тем изменчивость экономических процессов обуславливает необходимость дальнейшего развития потребительского рынка и выработки различных инструментов для повышения его устойчивости. Основная роль в регулировании регионального потребительского рынка принадлежит региональным органам государственной власти. На региональном уровне существует необходимость в применении ряда инструментов, направленных на стимулирование потребления продукции, производимой на территории региона:

1) создание крупных логистических центров под контролем региональных органов власти для организации оптовой торговли, где в качестве субъектов предложения выступят местные производители и представители малого и среднего бизнеса данной территории;

2) организация площадок для поиска реальных посредников с целью заключения договоров с местными хозяйствующими субъектами по предоставлению транспортных, юридических и дистрибьюторских услуг;

3) маркетинговые приемы рекламирования товаров местных производителей в торговых сетях;

4) предоставление низкодоходным группам населения возможности приобретать товары местного производства по снижен-

ным ценам посредством использования карт лояльности [19].

Наиболее распространенным инструментом экономической группы методов является ценовое регулирование. Другим инструментом, направленным на активизацию потребительского спроса населения и поддержку предприятий, производящих разнообразные товары и услуги, выступает проведение кредитной политики. Так, государство может устанавливать пониженные ставки кредитов населению для приобретения той или иной продукции. А.А. Шилов, В.В. Потапенко считают, что повышение доходов наименее обеспеченной категории граждан, в потреблении которых доля импорта не превышает 10%, также является перспективным направлением в стимулировании внутреннего потребительского спроса [20].

Поддержка потребления может реализовываться не напрямую, а через повышение конкурентоспособности отечественной продукции. Курс на восстановление экономики через поддержку производителей, а не конечного потребителя позволяет устранить риски роста инфляции посредством снижения затрат на производство и закрепитости населения путем снижения цены товара или услуги за счет сокращения издержек производителя, а также улучшить рыночную инфраструктуру, привлекая благоприятными условиями новых участников рыночных отношений.

Помимо экономических методов следует применять следующие административные меры:

- «размещение муниципального и государственного заказа по снабжению потребительскими товарами и услугами;

- регулирование и надзор за процессами производства и распределения отдельных наименований продукции;

- разработка порядка предоставления объектов собственности бизнесу на основе концессионных соглашений;

- поддержка региональными органами власти открытия магазинов, занимающихся обслуживанием наименее защищенных социальных слоев населения» [21].

Следует отметить, что осуществление рассмотренных выше направлений повлияет не только на устойчивость потребительского рынка, но и на его привлекательность с инвестиционной точки зрения, поэтому принятие мер по стимулированию развития потребительского рынка является приоритетной задачей органов власти всех уровней. Научная новизна исследо-

вания заключается в совершенствовании системы показателей, характеризующих состояние инфраструктуры потребительского рынка. Полученные результаты исследования могут быть использованы при совершенствовании социально-экономической политики, разработке мероприятий, направленных на обеспечение развития субъектов СЗФО.

ЛИТЕРАТУРА

1. Потребительский рынок города: состояние и перспективы: монография / кол. авт. под рук. Т.В. Усковой. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2012. 111 с.
2. Радаев В.В. Современные экономико-социологические концепции рынка // Экономическая социология. 2008. Т. 9. № 1. С. 20–50.
3. Чаплина А.Н. Стратегическое управление потребительским рынком города // Проблемы современной экономики. 2007. № 2 (22). С. 252–259.
4. Пантелеев В.Ю. Государственно-правовое регулирование сферы потребительского рынка в Российской Федерации: проблемы теории и практики: монография. М.: Юрлитинформ, 2015. 654 с.
5. Татаркин А.И., Мызин А.Л. Моделирование состояния национального богатства регионов России // Экономика региона. 2013. № 4 (36). С. 53–65.
6. Истомин С.В. Основные этапы развития и методологический потенциал институционализма // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2008. С. 67–73.
7. Четыз Р.М. Основные подходы к определению потребительских рынков // Науч. тр. КУБГТУ. 2018. № 6. С. 486–492.
8. Осипов А.К. Управление бюджетным финансированием сельскохозяйственного производства региона. Ижевск, 2005. 190 с.
9. Бессонова Н.Ю. Инфраструктура потребительского рынка региона: проблемы управления резервами. Саратов: СГСЭУ, 2006. 252 с.
10. Терещенко Н.Н. Методологические подходы к экономической диагностике состояния и развития потребительского рынка: монография. Красноярск: Изд-во КТЭИ, 2007. 208 с.
11. Гурьянов Т.И. Совершенствование методики оценки состояния потребительского рынка // Казанская наука. 2012. № 7. С. 64–67.
12. Галиахметов Р.А., Кутяшова Е.В. Развитие регионального потребительского рынка. Ижевск: Изд-во ИжГТУ, 2004. 156 с.
13. Черемисина Т.Н. Комплексная экономическая диагностика регионального потребительского рынка товаров, как исходная база регулирования его развития // Актуальные инновационные исследования: наука и практика. 2012. № 1. С. 45–49.
14. Ворошилов Н.В. Тенденции и особенности развития розничной торговли в регионе (информационно-статистический обзор) // Социальное пространство. 2020. Т. 6. № 1. DOI: 10.15838/sa.2020.1.23.4
15. Coe N. The internationalization/globalization in retailing, towards an economic-geographical research agenda. *Environment and Planning A*, 2007, no. 36, pp. 1571–1594.
16. Vermeir I., Verbeke V. Sustainable food consumption: exploring the consumer 'attitude-behavioral intention gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 2006, no. 19, pp. 169–194.
17. Demirkan H., Spohrer J. Developing a framework to improve virtual shopping in digital malls with intelligent self-service systems. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2014, vol. 21, no. 5, pp. 860–868.
18. Дементьева И.Н. Потребительское поведение населения региона и особенности его адаптации к экономическим условиям кризиса 2014–2015 гг. // Вопросы территориального развития. 2018. № 3 (43). DOI: 10.15838/tdi.2018.3.43.3

19. Каранина Е.В., Селезнева Е.Ю. Безопасность и устойчивость экономики региона с учетом факторов развития потребительского рынка. Киров: Радуга-ПРЕСС, 2019. 169 с.
20. Широков А.А., Потапенко В.В. Парадокс российского потребления // Эко. 2020. № 6. С. 8–25.
21. Натхо С.Р. Выделение целевых ориентиров государственного регулирования локальных потребительских рынков // Новая наука: современное состояние и пути развития. 2015. № 6 (1). С. 149–151.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Ирина Евгеньевна Демченко – программист, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Вологодский научный центр Российской академии наук». Российская Федерация, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: irisha.demchenko@yandex.ru

Demchenko I.E.

LEVEL ASSESSMENT OF CONSUMER MARKET DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF THE NORTHWESTERN FEDERAL DISTRICT

The importance of the consumer market for the economy of the Russian regions lies in the fact that in many respects the dynamics of their development as a whole depends on its stability. The purpose of the research is to conduct an economic diagnosis of the consumer market state of the entities of the Northwestern Federal District in order to identify existing problems of functioning and determine the directions of their solution. The information base is the works of Russian and foreign scientists, as well as Rosstat statistical data. The scientific novelty is in applying an integrated approach to assessing the sphere of consumer circulation of goods and services at the regional level and improving the system of indicators characterizing the state of the consumer market infrastructure by adding indicators reflecting the number of public catering organizations and the number of retail fairs held in the regions. The article considers the existing methods of assessing consumer market state; among them the author has selected the one that is most complex in the analysis of the main indicators that characterize the state of the market of goods and services. Based on this methodology, the work carries out assessment of the development level of consumer market and its infrastructure through the calculation of the total deviation from the point estimates of the average values of indicators for the federal district. The paper analyses the main indicators characterizing consumer market. According to the results of the analysis, the author has identified the problems that hinder the development of the entities which consist primarily in the lack of investment sources, a low level of socio-economic development and insufficient infrastructure support for some regions. The article has formulated the main directions that can give an impetus to further development of the consumer market. The study materials can be used by regional authorities, as well as be of practical interest to researchers dealing with this problem.

Consumer market, Vologda Oblast, assessment of consumer market, market infrastructure.

REFERENCES

1. Uskova T.V. et al. *Potrebitel'skii rynek goroda: sostoyanie i perspektivy: monografiya* [City's Consumer Market: State and Prospects: Monograph]. Vologda: ISERT RAN, 2012. 111 p.
2. Radaev V.V. Contemporary socio-economic concepts of the market. *Ekonomicheskaya sotsiologiya=Economic Sociology*, 2008, vol. 9, no. 1, pp. 20–50 (in Russian).
3. Chaplina A.N. Strategic management of the city's consumer market. *Problemy sovremennoi ekonomiki=Problems of Modern Economics*, 2007, no. 2 (22), pp. 252–259 (in Russian).

4. Panteleev V.Yu. *Gosudarstvenno-pravovoe regulirovanie sfery potrebitel'skogo rynka v Rossiiskoi Federatsii: problemy teorii i praktiki: monografiya* [State Legal Regulation of the Consumer Market in the Russian Federation: Problems of Theory and Practice: Monograph]. Moscow: Yurlitinform, 2015. 654 p.
5. Tatarkin A.I., Myzin A.L. The modeling of national wealth of the Russia's regions. *Ekonomika regiona=Economy of the Region*, 2013, no. 4 (36), pp. 53–65 (in Russian).
6. Istomin S.V. The main development stages and methodological potential of institutionalism. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta=Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2008, pp. 67–73 (in Russian).
7. Chetyz R.M. Basic approaches to defining consumer market. *Nauchnye trudy KUBGTU=Scientific Works of the Kuban State Technological University*, 2018, no. 6, pp. 486–492 (in Russian).
8. Osipov A.K. *Upravlenie byudzhetyim finansirovaniem sel'skokhozyaistvennogo proizvodstva regiona* [Management of Budgetary Financing of Agricultural Production in the Region]. Izhevsk, 2005. 190 p.
9. Bessonova N.Yu. *Infrastruktura potrebitel'skogo rynka regiona: problemy upravleniya rezervami* [Infrastructure of the Regional Consumer Market: Problems of Reserve Management]. Saratov: SGSEU, 2006. 252 p.
10. Tereshchenko N.N. *Metodologicheskie podkhody k ekonomicheskoi diagnostike sostoyaniya i razvitiya potrebitel'skogo rynka: monografiya* [Methodological Approaches to Economic Diagnostics of the State and Consumer Market Development: Monograph]. Krasnoyarsk: Izd. KTEI, 2007. 208 p.
11. Gurjanov T.I. Improvement of consumer market analysis. *Kazanskaya nauka=Kazan Science*, 2012, no. 7, pp. 64–67 (in Russian).
12. Galiakhmetov R.A., Kutuyashova E.V. *Razvitie regional'nogo potrebitel'skogo rynka* [Development of the Regional Consumer Market]. Izhevsk: Izd. IzhGTU, 2004. 156 p.
13. Cheremisina T.N. Comprehensive economic diagnostics of the regional consumer goods market as the initial basis for regulating its development. *Aktual'nye innovatsionnye issledovaniya: nauka i praktika=Actual Innovative Research: Science and Practice*, 2012, no. 1, pp. 45–49 (in Russian).
14. Voroshilov N.V. Trends and features of retail trade development in the region (information and statistical review). *Sotsial'noe prostranstvo=Social Area*, 2020, vol. 6, no. 1. DOI: 10.15838/sa.2020.1.23.4 (in Russian).
15. Coe N. The internationalization/globalization in retailing, towards an economic-geographical research agenda. *Environment and Planning A*, 2007, no. 36, pp. 1571–1594.
16. Vermeir I., Verbeke V. Sustainable food consumption: exploring the consumer 'attitude-behavioral intention gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 2006, no. 19, pp. 169–194.
17. Demirkan H., Spohrer J. Developing a framework to improve virtual shopping in digital malls with intelligent self-service systems. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2014, vol. 21, no. 5, pp. 860–868.
18. Dement'eva I.N. Consumer behavior of region's population and the features of their adaptation to the economic crisis conditions in 2014–2015. *Voprosy territorial'nogo razvitiya=Territorial Development Issue*, 2018, no. 3 (43). DOI: 10.15838/tdi.2018.3.43.3 (in Russian).
19. Karanina E.V., Selezneva E.Yu. *Bezopasnost' i ustoychivost' ekonomiki regiona s uchetom faktorov razvitiya potrebitel'skogo rynka* [Safety and Stability of the Regional Economy Including the Factors of Consumer Market Development]. Kirov: Raduga-PRESS, 2019. 169 p.
20. Shirov A.A., Potapenko V.V. The Russian consumption paradox. *Eko=ECO Journal*, 2020, no. 6, pp. 8–25 (in Russian).
21. Natkho S.R. Allocation of target guidelines for state regulation of local consumer markets. *Novaya nauka: sovremennoe sostoyanie i puti razvitiya=New Science: Current State and Development Path*, 2015, no. 6 (1), pp. 149–151 (in Russian).

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Irina E. Demchenko – Programmer, Federal State Budgetary Institution of Science “Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences”. 56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: irisha.demchencko@yandex.ru