

## ПЕРСПЕКТИВЫ КОНВЕРГЕНЦИИ ЛОКАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

**Аннотация:** Данная статья содержит анализ состояния локального потребительского рынка Свердловской области по обеспеченности торговыми площадями и уровню товарооборота в аспекте коэффициента эластичности товарооборота розничной торговли за 2016-2021 гг.. Выявлено, что экономическое пространство региона имеет неоднородный характер экономического развития, требующий дифференцированного подхода при выборе стратегии развития локальных потребительских рынков. Выявлены факторы, определяющие дальнейший качественный прогресс локальных потребительских рынков и возможности конвергенции уровней развития розничной торговли в процессе цифровизации экономики.

**Ключевые слова:** Оборот розничной торговли, обеспеченность торговыми площадями, коэффициент эластичности, цифровизация.

## PROSPECTS FOR CONVERGENCE OF LOCAL CONSUMER MARKETS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

*Dianova L.S.*

*postgraduate student of the department*

*Regional economy*

*Ural State University of Economics*

**Abstract:** This article contains an analysis of the state of the local consumer market of the Sverdlovsk region in terms of the availability of retail space and the level of turnover in terms of the coefficient of elasticity of retail trade turnover for 2016-2021, which allowed us to assess the differentiation of the economic space of the Sverdlovsk region. The factors determining the further qualitative development of local consumer markets

*and the possibility of convergence of retail development levels in the process of digitalization of the economy are identified.*

**Keywords:** *Retail trade turnover, availability of retail space, elasticity coefficient, digitalization.*

Эффективное развитие национальной, региональной и муниципальной экономики зависит от результативного функционирования системы рынков. Особое место в системе рынков с точки зрения региональной науки принадлежит локальному потребительскому рынку.

К настоящему времени сложилось понимание, что локальный потребительский рынок – это «система экономических отношений, возникающих между продавцами и покупателями товаров и услуг, предназначенных для личного потребления, в процессе их приобретения, свойственная определенной территории (городу, городскому району, городу с окружением, сельскому поселению, муниципальному образованию)» [4, с. 354].

Ученые-регионалисты отмечают, что неравенство локальных потребительских рынков оказывает существенное влияние на структуру, развитие экономики, на выбор плана, стратегии региональной, национальной социально-экономической политики. Поэтому вопрос о дифференциации экономического пространства остается актуальным в период развития цифровых технологий, обуславливающих формирование новых способов и методов ведения бизнеса, требующих новых инструментов государственного регулирования.

Важно отметить, что неравенство регионов, локальных (муниципальных) рынков исследуется с точки зрения «неоднородности», или «дифференциации экономического пространства». «Неоднородность понимается, прежде всего, как мера «межрегиональных различий общих уровней экономического развития (экономической активности) и уровня (качества) жизни в крупных регионах страны и субъектах федерации» [2, с. 285].

Анализ вектора динамики неоднородности системы локальных потребительских рынков имеет важное значение. Ослабление дифференциации

локальных потребительских рынков позволяет проводить единую стратегию укрепления потребительского рынка – ключевого гаранта социального благополучия населения. Нарастание неоднородности локальных потребительских рынков не позволяет применять единый план социально-экономических реформ и формирование идеального равномерного социально – экономического ландшафта региона.

Акцентирование внимания на негативных сторонах неоднородного развития регионального, национального пространства не означает целесообразность сдерживания внутри региональных, национальных различий. Напротив, неравномерное развитие – неминуемый, неизбежный этап в условиях современного этапа глобальных преобразований, перемен вызванных технологическими, эпидемиологическими, санкционными факторами.

В тоже время, усиление дифференциации локальных потребительских рынков, вызванное различной адаптируемостью к современным реалиям должно находиться под усиленным контролем муниципальных, региональных органов власти, государства.

В качестве основных показателей неравенства локальных потребительских рынков, характеризующих отрасль розничной торговли, отражающих уровень и качество жизни населения, примем во внимание величину оборота розничной торговли и обеспеченность потребителей, производителей торговыми площадями<sup>1</sup>.

Равномерность развития торговой деятельности (розничной торговли) локальных потребительских рынков может быть осуществлена при достижении «норматива минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, как основного критерия оценки доступности продовольственных и

---

<sup>1</sup> Стратегия развития потребительского рынка Свердловской области на период до 2035 года [электронный ресурс]: Постановление Правительства Свердловской области от 28.06.2019 г. № 387 ПП – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс». - Режим доступа: <https://mexso.midural.ru/uploads/387-%D0%9F%D0%9F.pdf>. С. 3.

непродовольственных товаров для населения и удовлетворения спроса на такие товары»<sup>2</sup>.

Учитывая вышесказанное, автором и Е. В. Радковской была выявлена регрессионная взаимозависимость между фактором обеспеченности торговыми площадями и товарооборотом розничной торговли [5].

Вместе с тем, в стратегии развития потребительского рынка Свердловской области отмечено, что при достижении пиковых значений показателя обеспеченности торговыми площадями и при достижении высоких показателей торговой деятельности дальнейший рост торгового пространства не даст ожидаемого экономического эффекта. Желательно сместить акценты на повышение качества торгового обслуживания населения. Автор считает, что безудержное наращивание темпов роста торговых площадей может привести к снижению эффективности деятельности торговых предприятий.

Для исследования динамики роста оборота розничной торговли локальных потребительских рынков и динамики роста площади торгового зала взят за основу коэффициент эластичности.

Автор дифференцировал локальные потребительские рынки на три группы в зависимости от динамики оборота розничной торговли и торговой площади (таблица 1).

Применительно к локальному потребительскому рынку, как экономической системе, коэффициент эластичности является индикатором относительного изменения объема продаж под влиянием изменения площади торгового зала объектов розничной торговли (м. кв./чел.).

Коэффициент эластичности оборота розничной торговли определяется как отношение темпа прироста оборота розничной торговли на человека за период к темпу прироста фактора за этот же период.

---

<sup>2</sup> Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [электронный ресурс]: Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 14.07.2022) - Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/cons/>

Таблица 1 – Распределение локальных потребительских рынков Свердловской области по группам в зависимости от темпов роста товарооборота розничной торговли и темпов роста площади торгового зала с 2016 по 2021 гг.<sup>3</sup>

Первая группа локальных потребительских рынков	Вторая группа локальных потребительских рынков	Третья группа локальных потребительских рынков
К первой группе отнесены муниципальные образования с <b>ускорением</b> темпов роста товарооборота розничной торговли и <b>замедлением</b> темпов роста показателей обеспеченности населения торговыми площадями	Ко второй группе отнесены территории, которые показывают <b>ускорение</b> темпов роста товарооборота, <b>ускорение</b> темпов роста торговых площадей	К третьей группе отнесены муниципальные образования, у которых отмечается падение товарооборота

Коэффициент эластичности может принимать различные значения. Коэффициент эластичности положителен и больше единицы по тем муниципальным округам, где темп роста товарооборота розничной торговли на кв. м. выше, чем темп роста площади торгового зала.

Эластичность товарооборота розничной торговли локальных потребительских рынков Свердловской области, в зависимости от изменения площади торгового зала за 2016-2021 гг., не одинаковая. В первой и второй группе муниципальных округов эластичность больше единицы (рисунок 1,2), в третьей ниже единицы (таблица 2).

К первой группе локальных потребительских рынков относится МО «город Екатеринбург». На примере крупного муниципального образования видим, что увеличение площади торгового зала показывает отрицательную динамику, при этом темп прироста оборота розничной торговли показывает позитивный рост (рисунок 1).

Рассмотрим показатели второй группы локальных потребительских рынков. Во второй группе локальных потребительских рынков оборот розничной торговли

<sup>3</sup> Составлено автором.

и темп роста торговых площадей с 2016 года по 2021 год имеют положительный тренд.

Так, например, в Березовском городском округе коэффициент эластичности товарооборота розничной торговли в зависимости от площади торгового зала

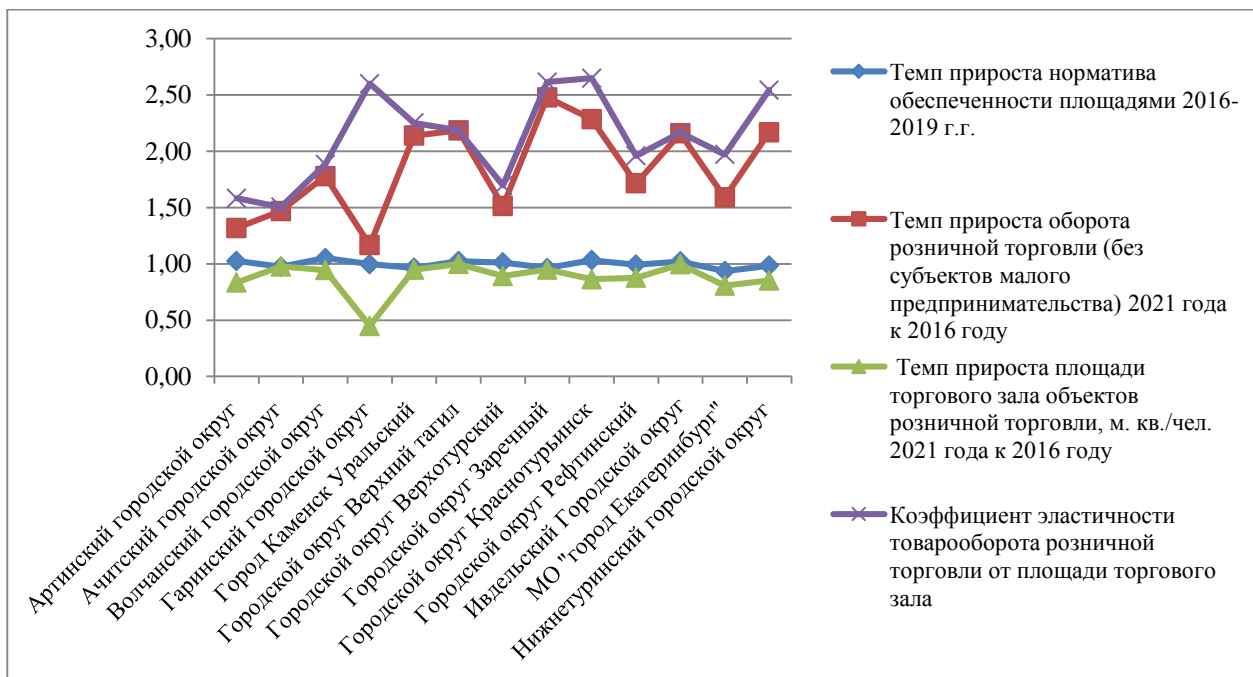


Рис. 1. Первая группа локальных потребительских рынков с ускорением темпов роста товарооборота розничной торговли и замедлением темпов роста показателя обеспеченности населения торговыми площадями (2016-2021 гг.).

составляет 1,75 (2,19/1,25). При этом темп прироста норматива обеспеченности площадями на человека составляет 0,99, что означает, что темп прироста площади торгового зала пока идет с большей скоростью, чем предусмотрено нормативными расчетами<sup>4</sup>. При увеличении площади торгового зала на 0,01 (1%) - оборот розничной торговли возрос на 1,75 (или 75%).

<sup>4</sup> В настоящее время при расчете норматива минимальной обеспеченности населения муниципального образования  $N^{мин,п.мо}$  берется базовый показатель минимальной обеспеченности населения площадью стационарных торговых объектов на который осуществляется продажа продовольственных товаров, принимаемый 202 кв. м. на 1000 человек (в 2016 году) и для непродовольственных товаров – 387 на 100 человек (в 2016 году), а так же коэффициент

В третьей группе локальных потребительских рынков рост товарооборота розничной торговли показывает отрицательную динамику. Коэффициент эластичности меньше единицы в Бисертском ГО, Махневском МО, МО Красноуфимский округ. Причем, в Махневском муниципальном округе темп роста товарооборота розничной торговли на кв. м. и темп роста площади торгового зала показывают тревожную отрицательную динамику при росте норматива торговой площади<sup>5</sup>.

Автор предполагает, что увеличение площади торгового зала, а значит, увеличение стоимости основных фондов торговых предприятий Бисертского ГО не позволит обеспечить их финансовую эффективность. Объем оборота (и прибыль) за определенный период в расчете на 1 кв. м. торговой площади имеет отрицательную эффективность при росте торговых площадей.

---

региональной коррекции норматива минимальной обеспеченности населения площадью стационарных торговых объектов, на которой осуществляется продажа продовольственных, непродовольственных товаров ( $K^{нп,пМО}$ ).

$K_{нп,пМО}$  - коэффициент региональной коррекции норматива минимальной обеспеченности населения площадью стационарных торговых объектов, на которой осуществляется продажа продовольственных и непродовольственных товаров.  $K_{нп,пМО} =$

$$\sqrt{\frac{РСФ_t}{РСФ_{2015} * ИСФ[t;2015]}} * \sqrt{\frac{Q_{нп,пМОt}}{Q_{нп,пРФt}} * \frac{брфт}{bcфт} * \frac{(1-1сфт)}{(1-1рфт)}}$$

$K_{нп,пМО}$  учитывает расходы населения на покупку товаров в субъекте РФ ( $РСФ_t$ ,  $РСФ_{2015}$ ), индекс темпов роста потребительских цен в субъекте РФ ( $ИСФ$ ), объем всех продовольственных (непродовольственных) товаров, реализованных в муниципальном образовании, в Российской Федерации ( $Q_{нп,пМОt}$ ;  $Q_{нп,пРФt}$ ), стоимость фиксированного набора потребительских товаров ( $брфт$ ;  $bcфт$ ), доля розничных рынков и ярмарок в обороте розничной торговли в субъекте РФ, в РФ ( $1сфт$ ,  $1рфт$ ). Постановление Правительства РФ от 09.04.2016 N 291 (ред. от 29.06.2017) "Об утверждении Правил установления субъектами Российской Федерации нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов и методики расчета нормативов [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_196669/7ad2a413846fc61d8fbb6b2632e3bc7f8c46fed4/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_196669/7ad2a413846fc61d8fbb6b2632e3bc7f8c46fed4/).

<sup>5</sup> Постановление Правительства РФ от 09.04.2016 N 291 (ред. от 29.06.2017) "Об утверждении Правил установления субъектами Российской Федерации нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов и методики расчета нормативов [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_196669/7ad2a413846fc61d8fbb6b2632e3bc7f8c46fed4/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_196669/7ad2a413846fc61d8fbb6b2632e3bc7f8c46fed4/).

Таким образом, неравномерное развитие локальных потребительских рынков предполагает многоаспектный подход к анализу факторов, принципов, условий, разработке программ их эффективного развития. Так, например, для части локальных потребительских рынков требуется иной, новый подход в целях дальнейшего повышения качества торгового обслуживания населения, не требующего увеличения торговых площадей.

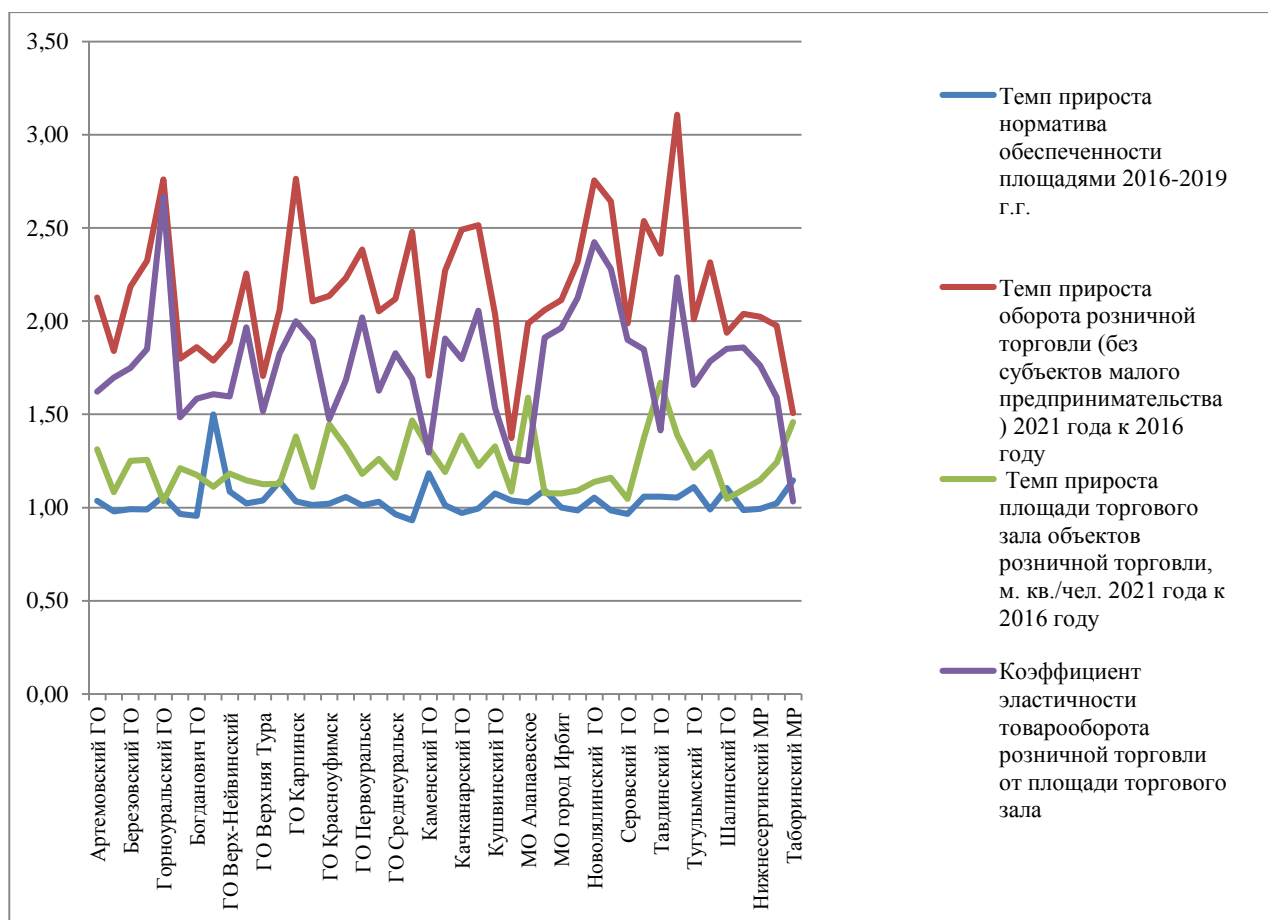


Рис. 2. Вторая группа локальных потребительских рынков с **ускорение** темпов роста товарооборота, **ускорение** темпов роста торговых площадей (2016-2021 гг.).

Один из подходов предусматривает внедрение в бизнес-процесс предприятий инновационных технологий.

Поскольку современный этап развития экономики характеризуется процессами оцифровки, цифровизации, то закономерно вести речь о все большем



влиянии технологических факторов на развитие локального потребительского рынка.

Цифровизация (digitalization) определяется как «внедрение или расширение использования цифровых или компьютерных технологий организацией, отраслью, страной»<sup>6</sup>.

В свою очередь, «обмен товарами и услугами с использованием электронных инструментов в сети Интернет» [3, с. 44] в процессе цифровизации экономики обусловили появление интернет-торговли (электронной торговли, e-commerce), а «технологии электронной коммерции с использованием услуг мобильной связи» [3, с. 45] дали жизнь мобильной коммерции (M-commerce).

Таблица 2 – Третья группа локальных потребительских рынков, у которых отмечается падение товарооборота (2016-2021 гг.)

Наименование муниципального образования	ТП, Темп прироста норматива площади торгового зала	ТПО, Темп прироста оборота розничной торговли	ТППл Темп прироста площади торгового зала	КЭ, коэффициент эластичности
Махневское муниципальное образование	1,04	0,81	0,95	0,85
Бисертский городской округ	0,96	0,96	1,28	0,75
Муниципальное образование Красноуфимский округ	1,02	0,21	1,45	0,14

«Модели электронной коммерции претерпевают изменения в зависимости от того, на каком этапе жизненного цикла находится компания и на какой рыночный сегмент компания планирует выводить продукт/услугу» [3, с.181]. В этом свете развитие интернет-торговли оценивается как процесс цифровизации традиционной формы торговли. При этом, многосторонние электронные платформы (Alibaba Group, Google) характеризуются как принципиально новые

---

<sup>6</sup>Oxford English Dictionary, 2010. Режим доступа: <https://www.oed.com/view> (дата обращения: 01.11.2022).

бизнес-модели, «обслуживающие различные потребительские сегменты с разными запросами» [3, с. 183] не существовавшие до возникновения информационно-коммуникационных технологий. По причине «качественных изменений, приводящих к существенным структурным изменениям»[1, с. 87] электронные платформы относят к дискретной стадии трансформации цифровой экономики.

Анализ роста интернет-продаж показывает, что происходят трансформационные изменения моделей потребления локальных потребительских рынков под воздействием информационных технологий. Рост интернет торговли показывает опережающую динамику по Свердловской области над ростом доли продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли Российской Федерации (таблица 2). В муниципальном округе город Екатеринбург более 4500 интернет-магазинов с определенным типом бизнес-модели.

Таблица 2– Доля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли, в фактически действовавших ценах; в %<sup>7</sup>

Наименование, год	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Российская Федерация	0,7	0,9	1,2	1,3	1,7	2	3,9	5,1
Свердловская область	1,4	1,4	1,7	1,8	2,2	2,3	4,1	7,8

К каждому типу бизнес-модели интернет-торговли соответствует определенная модель организации инфраструктуры. Например, при технологии Click & collect ознакомление с товаром, заказ осуществляется на витрине сайта интернет-магазина, а получение собранного товара обеспечивается непосредственно из точки розничной продажи или со склада.

---

<sup>7</sup> Составлено автором, по: Доля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли [Электронный ресурс]: Федеральная служба государственной статистики.– Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/9-2.xls>

Технология интернет-торговли с доставкой до потребителя подразумевает, что товар заказывается покупателем в интернет-магазине, отгружается непосредственно от производителя или со склада продавца и доставляется до клиента или в пункт выдачи (постомат<sup>8</sup>, склад, пункт выдачи с примерочной и т.д.), обозначенный потребителем.

Интернет-торговля расширяет возможности для бизнеса, среди которых можно выделить создание интернет-витрины с широким ассортиментом товаров, не требующей больших форматов торговых площадей стационарных объектов, что позволяет охватить большое число потребителей. Производители имеют возможность открыть собственные интернет-площадки для осуществления продаж, что позволяет продавать товар потребителю, минуя оптовое звено и сократить издержки по обслуживанию торговых площадей.

Автор отмечает, что в процессе цифровизации экономики коэффициент региональной коррекции норматива минимальной обеспеченности населения площадью стационарных торговых объектов, на которой осуществляется продажа продовольственных и непродовольственных товаров ( $K^{нп,п}_{МО}$ ) не учитывает роста интернет-торговли локальных потребительских рынков. При этом, интернет-торговля меняет инфраструктуру локального потребительского рынка в сторону увеличения пунктов выдачи заказов, которым требуется меньшая торговая площадь.

В ходе процесса цифровизации экономики неоднородность локальных потребительских рынков становится все более подверженной влиянию экономических факторов (в том числе обеспеченность торговыми площадями), социально-экономических, социально-демографических факторов (численность населения, пол, возраст), а так же технологических факторов, включающих показатели уровня развития интернет-торговли.

Сближение отстающих локальных потребительских рынков от лидеров можно было бы ожидать при опережающей динамике развития аутсайдеров

---

<sup>8</sup> Постомат - камера хранения, арендуемая продавцом.

относительно лидеров по темпам роста оборота розничной торговли и темпов роста торгового зала объектов розничной торговли. Но существующее значительное социально-экономическое отставание экономически менее развитых локальных потребительских рынков потребует значительного временного промежутка.

Увеличение темпов экономического роста за счет повышения конкурентоспособности и благоприятного предпринимательского климата в сочетании с интернет-торговлей будут содействовать еще большей дифференциации локальных потребительских рынков по экономическому развитию и по уровню жизни. Поэтому проблема преломления процесса дивергенции на конвергенцию дифференциации локальных потребительских рынков останется актуальной.

#### Использованные источники:

1. Акбердина, В. В. Трансформация промышленного комплекса России в условиях цифровизации экономики / В. В. Акбердина. – DOI 10.29141/2073-1019-2018-19-3-8// Известия Уральского государственного экономического университета. – 2018. – Т. 19, № 3. – С. 82–99.
2. Гранберг А. Г. Основы региональной экономики / А. Г. Гранберг. – М.:ГУ ВШЭ, 2001. – 495 с.
3. Лapidус Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: учебник / Л. В. Лapidус. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 477 с.
4. Муниципальная экономика: курс лекций / Е. Г. Анимица, П. Е. Анимица, И. А. Антипин [и др.]; под общ. ред. Я. П. Силина, Е. Г. Анимицы. - Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2021. - 494 с.
5. Радковская Е. В. Использование регрессионного анализа в исследовании локального потребительского рынка. / Е. В. Радковская, Л. С. Дианова // Перспективы науки. - 2021 - № 5. - С. 35-38.