



Столыпинский  
вестник

Научная статья

Original article

УДК 330

**МЕСТО И РОЛЬ РЫНКА ТОВАРОВ И УСЛУГ В  
ПОСТУПАТЕЛЬНОМ РАЗВИТИИ МУНИЦИПАЛИТЕТОВ РОССИИ**  
THE PLACE AND ROLE OF THE MARKET FOR GOODS AND  
SERVICES IN THE PROGRESSIVE DEVELOPMENT OF RUSSIAN  
MUNICIPALITIES

**Плешаков Владимир Сергеевич**, магистрант, Уральский государственный экономический университет (620144 Россия, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 62/45), тел.+79084057241, email: [9866668@gmail.com](mailto:9866668@gmail.com)

**Pleshakov Vladimir Sergeevich**, Master's student, Ural State University of Economics (62/45 8 Marta st., Sverdlovsk region, Yekaterinburg, 620144 Russia), тел.+79084057241, email: 9866668@gmail.com

**Аннотация.** В статье проведен анализ подходов к определению места и роли локального потребительского рынка в развитии муниципального образования, а также определены векторы государственного управленческого воздействия на локальный рынок территорий.

**Annotation.** The article analyzes the approaches to determining the place and role of the local consumer market in the development of a municipality, as well as determines the vectors of state management impact on the local market of territories.

**Ключевые слова:** рынок товаров и услуг, потребительский рынок, муниципальное образование, локальный рынок.

**Keywords:** market of goods and services, consumer market, municipal formation, local market.

Особенности современного локального потребительского рынка, диктующие методологические подходы к стратегированию его развития выделены в работе Власовой Н. Ю., Тетенькиной О. Л. [1, с. 919]:

- высокая зависимость рынка от уровня социально-экономического состояния территории, диктующего ключевые факторы его развития: покупательскую способность, демографические характеристики населения, производственный потенциал и инфраструктурное обеспечение территории;

- неравномерность развития локальных потребительских рынков на различных территориях, входящих в городскую агломерацию;

- подвижность размещения объектов потребительского рынка, движение на периферийные территории вслед за развитием процессов субурбанизации;

- интенсивное развитие цифровых процессов в торговле, рост доли электронной торговли;

- сетевизация торговли;

- существенная трансформация и усложнение модели регулирования потребительского рынка в интересах защиты прав потребителей, включая различного рода ограничения.

На развитие локального потребительского рынка оказывают влияние как внутренние, так и внешние факторы.

К группе основных факторов внешней среды отнесем следующие:

- территориальное местоположение локального рынка;

- уровень социально-экономического развития территории размещения локального рынка;

– деятельность органов местного самоуправления по определению перспективных направлений развития рынка, формировании адекватной стратегии развития и условий ее реализации.

К внутренним факторам локального потребительского рынка отнесем:

- объем реализации товаров, работ, услуг населению;
- количество объектов розничной торговли и иные инфраструктурные характеристики рынка;
- качество торговой инфраструктуры (плотность размещения, доступность для населения и др.);
- емкость рынка, характеризующаяся в основном демографическими и социально-экономическими показателями.

Дополнительными факторам развития рынка товаров и услуг территории являются степень территориальной локализации, уровень насыщенности рынка, регулирующее воздействие региональных и местных властей. Последовательная реализация поставленных в исследовании задач, требует проведения анализа муниципального образования как объекта стратегического планирования, имеющего специфическую структуру и особенности, диктуемые характеристиками территории. Однако с позиции системного подхода муниципальное образование можно представить в виде совокупности шести взаимосвязанных систем (рисунок 1).



Рисунок 1 – Структура муниципального образования как объекта стратегического планирования<sup>1</sup>

Рынок товаров и услуг муниципального образования, который является объектом настоящего исследования отнесем к системе «местное хозяйство».

Рынок товаров и услуг, являясь замыкающим звеном воспроизводственных процессов территории, органически связан со всей системой рынков как национального, так и регионального уровня.

Вместе с тем, значение местного рынка сложно переоценить, анализ научных работ, изучающих роль потребительского рынка для развития муниципального образования позволил выявить ряд его важнейших социально-экономических функций:

- Формирует рабочие места, поскольку рыночное место в настоящее время представляет собой широкий спектр механизмов и методов продаж, количество занятых в нем работников доходить до половины занятых в территориальной экономике;
- Создает товары и услуги, опосредующие воспроизводство рабочей сила, например профессиональное образование;

<sup>1</sup> Составлено автором

— Рынок товаров и услуг непосредственным образом влияет на уровень платежеспособного спроса, получение доходов населением;

— Потребительский рынок создает предпосылки для реализации нормального денежного оборота, попутно развивая рынки финансовых услуг. Таким образом, вышеприведенный перечень, а также анализ практики функционирования рынка товаров и услуг в муниципальном образовании позволяет систематизировать и схематизировать функции потребительского рынка (рисунок 2).



Рисунок 2 – Функции рынка товаров и услуг в территориальном развитии<sup>2</sup>

Приведем данные, характеризующие составляющие анализируемого рынка на уровне Российской Федерации (рисунок 3, 4, 5).

<sup>2</sup> Составлено автором по: [2].

Исходя из данных рисунка 3, следует отметить, что доля продовольственных и непродовольственных товаров в структуре товарооборота в 2022 году практически сравнялась, что говорит о росте спроса на продовольственные товары.

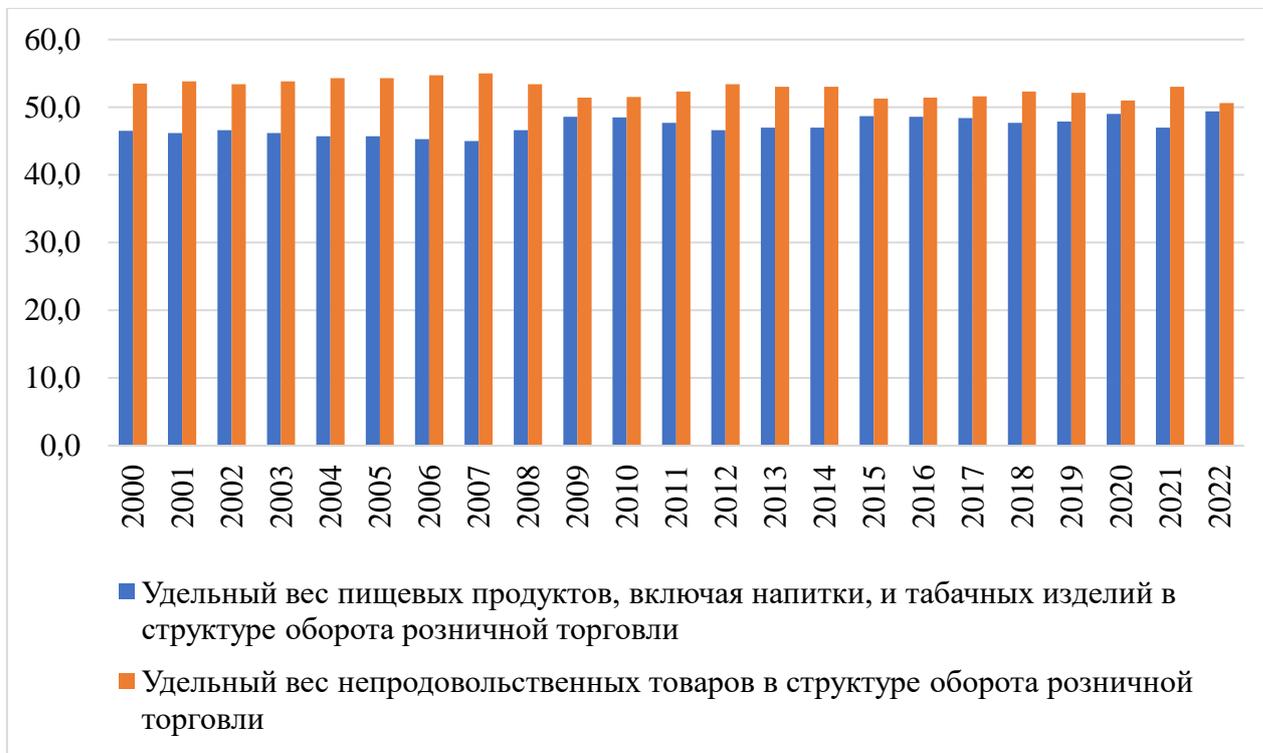


Рисунок 3 – Макроструктура оборота розничной торговли в Российской Федерации, %<sup>3</sup>

Сказанное позволяет отметить, что в условиях социальной нестабильности и пониженного платежеспособного спроса, баланс склоняется в сторону продовольственных товаров. Однако, стоит отметить, что рынок в полной мере удовлетворяет сложившийся спрос.

<sup>3</sup> Составлено автором по: [3].

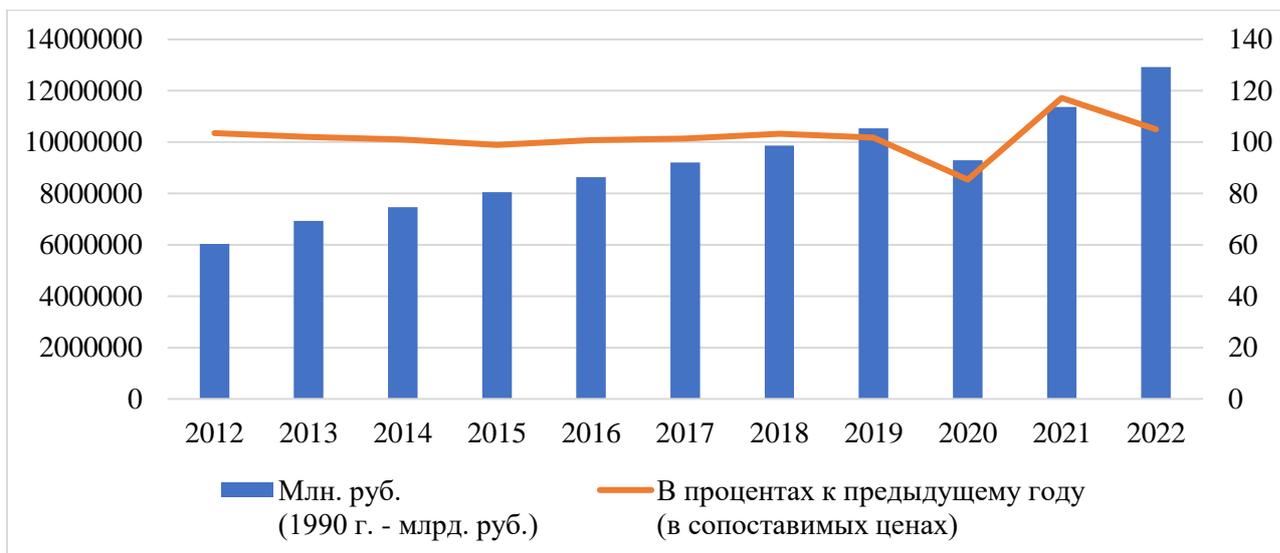


Рисунок 4 – Объем платных услуг населению<sup>4</sup>

Следует отметить, что данные рисунка 4 иллюстрируют поступательный рост объема платных услуг населению. Вместе с тем, рынок платных услуг, чутко реагирует на происходящие социально-экономические перемены. Частности, падение рынка в 2020 году обусловлено пандемией коронавируса. При этом, в качестве тревожного показателя, отметим некоторое падение спроса на услуги в сопоставимых ценах и рост в реальном выражении, что иллюстрирует удорожание стоимости услуг.

В то же время оборот розничной торговли ретроспективно увеличивается (рисунок 5).

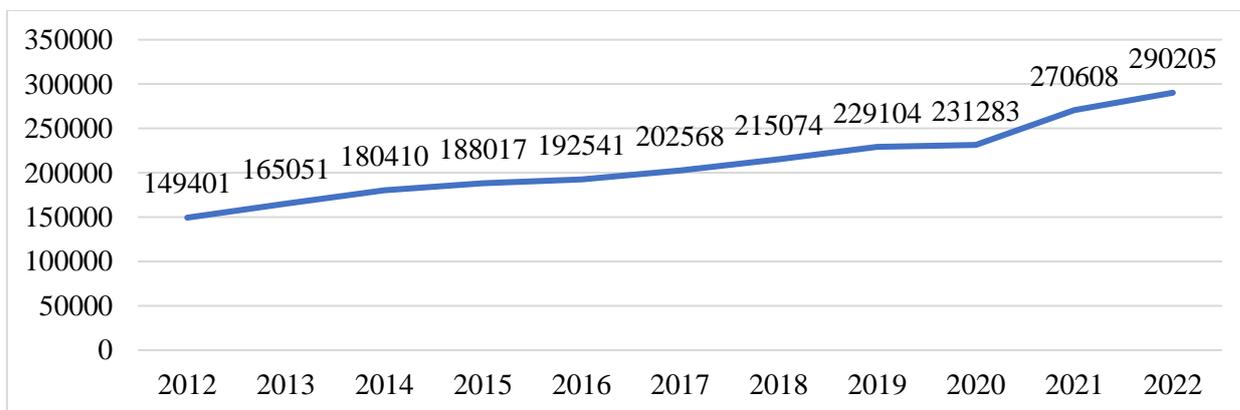


Рисунок 5 – Оборот розничной торговли в расчете на душу населения в Российской Федерации, рублей<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Составлено автором по: [3].

<sup>5</sup> Составлено автором по: [3].

Таким образом, основываясь на анализе статистических данных и научных работ, отметим, что рынок товаров и услуг имеет значительное влияние на благополучие населения и имеет важнейшие функции в деле развития территорий.

### **Литература**

1. Власова Н. Ю., Тетенькина О. Л. Стратегирование развития локального потребительского рынка городской агломерации //Россия: тенденции и перспективы развития. – 2017. – №. 12-3. – С. 918-920.
2. Черемисина Т.Н. К вопросу о сущности потребительского рынка товаров как социально-экономической подсистемы региона // Социально - экономические явления и процессы. – 2013. – № 2. – С. 131–137
3. Управление Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области. – URL: [http://sverdl.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/sverdl](http://sverdl.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sverdl), свободный.

### **Literature**

1. Vlasova N. Yu., Tetenkina O. L. Strategizing the development of the local consumer market of urban agglomeration //Russia: trends and prospects of development. - 2017. - №. 12-3. - С. 918-920.
2. Cheremisina T.N. To the question of the essence of the consumer market of goods as a socio-economic subsystem of the region // Socio-economic phenomena and processes. - 2013. - № 2. - С. 131-137
3. Department of the Federal State Statistics Service for the Sverdlovsk region and Kurgan region. - URL: [http://sverdl.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/sverdl](http://sverdl.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sverdl), free.

© Плешаков В.С., 2024 Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №1/2024.

Для цитирования: Плешаков В.С. Место и роль рынка товаров и услуг в поступательном развитии муниципалитетов России // Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №1/2024.