

УДК 658.8
ББК У291.3

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЮГА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЭКОНОМИКИ

I.V. Аракелова

В представленной статье рассматриваются вопросы, связанные с развитием Юга России в условиях потребительской экономики. Проводится сравнительный анализ перспектив развития потребительской экономики в регионах России, в том числе в ЮФО. Автор делает вывод о степени влияния экономики регионов на развитие потребительской экономики России в целом.

Ключевые слова: потребительская экономика, Юг России, конкурентоспособность региона ЮФО, межрегиональные связи, потребители, потребительская корзина.

PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE SOUTH OF RUSSIA UNDER THE CONDITIONS OF THE CONSUMER ECONOMY

I.V. Arakelova

The presented article analyses problems connected with the development of the South of Russia under the conditions of the consumer economy. The comparative analysis concerning the prospects of the consumer economy development Russian regions is lead including the Southern federal district. The author draws the conclusion on the degree of the influence of the regions on the development of the consumer economy of Russia in general.

Key words: consumer economy, South of Russia, competitiveness of the regions of the Southern federal district, interregional relations, consumers, consumer basket.

Анализ последнего пятилетия показывает стабильно высокие темпы развития российского потребительского рынка – 10–15 % прироста ежегодно. Даже негативное влияние инфляционных процессов не останавливает наметившуюся с 2000 г. тенденцию превращения России в общество потребления. По информации Центробанка в России наметилась тенденция превышения темпов роста потребительских расходов населения над темпами роста его доходов. Специалисты Банка России уверены, что причина в кредитовании потребителей, которое развивается бурными темпами и меняет психологию россиян, стимулируя потребление. Потребительская экономика, ориентируя человека исключительно на максимальное потребление, предполагает формирование общества потребления со своими ценностями, образом жизни, жизненными стандартами. Существуют различные подходы, определяющие содержание потребительской экономики. При исследовании потребительской экономики с применением любого подхода выявляются ее две неразрывные стороны: во-первых, это необходимость тщательного изучения структуры потребления, доходов и расходов населения. Во-вторых, это необходимость индивидуализации деятельности хозяйствующих субъектов по удовлетворению потребностей покупателей.

Выделяют различные показатели для оценки уровня развития потребительской экономики в России. Например, валовой региональный продукт (ВРП), основные фонды, оборот розничной торговли, объем отгруженной продукции собственного производства, объем сельскохозяйственной продукции, темпы роста промышленного производства, среднедушевые доходы населения, заработка плата, потребительские расходы населения. Проведем сравнительный анализ регионов России за 2011 г. в части использования денежных доходов населения и потребительских расходов, что отражено в таблицах 1 и 2. Автор исходит из того, что потребительская экономика – это экономика, в центре которой стоит человек, со своими потребностями как низшего, так и высшего порядка, то есть потребностью в самореализации. Высшая степень развития потребительской экономики – это создание инфраструктуры, системы отношений между субъектами экономики, ориентированными на человека [1, с. 11]. Потребительская экономика стимулирует производство, в частности, обрабатывающую промышленность, которая, как известно, является локомотивом развития национальной экономики, в том числе и малого бизнеса.

Состояние развития потребительской экономики по регионам России значительно отли-

чается друг от друга. По уровню среднедушевого денежного дохода населения в месяц на 1-м месте – Центральный федеральный округ (ЦФО), что соответствует 27 091 руб., замыкает рейтинг СКФО (15 050 руб.), что отражено в таблице 1.

Динамика роста среднедушевых денежных доходов положительная. Средняя величина темпов роста среднедушевых доходов населения в месяц в 2011 г. по сравнению с 2010 г. составляет 6 %. По данным Росстата в структуре денежных доходов населения основная часть получаемого дохода приходится на статью «Оплата труда» и «Другие доходы» (включая «скрытые», от продажи валюты, денежные переводы и пр.). Причем темпы роста по статье «Другие доходы» выше, чем по статье «Оплата труда».

Структура использования денежного дохода по регионам России представлена в таблице 2.

Основная статья использования денежных доходов во всех регионах России – это «Покупка товаров и оплата услуг». Далее – «Обязательные платежи и разнообразные взносы», затем «Приобретение недвижимости». В 2011 г. наблюдается резкое снижение показателя «Прирост финансовых активов» по всем регионам. На 1-м месте в 2011 г. по статье «Покупка товаров и оплата услуг» – ЮФО, на 2-м месте – ПФО, на 3-м месте – СЗФО, на 4-м – СКФО, на 5-м – ЦФО, на 6-м – УрФО и СФО, на 7-м месте – ДФО.

Темпы роста в 2011 г. по сравнению с 2005 г. по федеральным округам составили:

Таблица 1

Среднедушевые денежные доходы населения по федеральным округам РФ (в месяц; руб.)

Регионы РФ	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Место, занимаемое в РФ 2011 г.
РФ	12 540	14 864	16 895	18 951	20 755	
ЦФО	16 631	18 590	21 931	24 645	27 091	1
СЗФО	13 163	14 915	17 390	19 837	21 156	4
ЮФО	9 277	11 423	12 929	15 114	16 584	6
СКФО	7 548	9 675	11 402	13 253	15 050	8
ПФО	9 959	12 392	13 962	15 840	17 282	5
УрФО	15 222	18 952	20 073	21 742	23 638	2
СФО	10 414	13 045	13 714	15 007	16 568	7
ДФО	13 597	15 916	18 762	20 807	22 870	3

Примечание. Составлено по: [2].

Таблица 2

**Структура использования денежных доходов населения
(в % от общего объема денежных доходов)**

РФ и ФО	Покупка товаров и оплата услуг			Обязательные платежи и разнообразные взносы			Приобретение недвижимости			Прирост финансовых активов			Из него прирост (уменьшение) денег у населения		
	2000	2005	2011	2000	2005	2011	2000	2005	2011	2000	2005	2011	2000	2005	2011
РФ	75,5	69,6	73,5	7,8	10,1	10,3	1,2	2,5	4,0	15,5	17,8	12,2	2,8	1,5	1,6
ЦФО	85,2	71,5	72,6	10,0	10,0	10,8	1,9	4,2	6,8	2,9	14,3	9,8	-8,8	-3,1	-2,1
СЗФО	71,4	64,5	73,2	7,1	10,4	12,1	1,6	2,6	5,5	19,9	22,5	9,2	7,0	4,6	-3,4
ЮФО	80,6	78,4	82,6	4,9	8,9	8,8	0,6	1,5	1,6	13,9	11,2	7,0	1,8	-5,0	-3,9
СКФО	78,1	75,1	72,9	3,4	5,2	4,6	0,3	0,5	0,5	18,2	19,2	22,0	9,7	1,9	15,4
ПФО	73,9	70,4	75,6	6,0	9,2	8,8	0,7	1,5	1,8	19,4	18,9	13,8	7,2	4,8	6,0
УрФО	54,6	62,9	71,4	8,6	12,8	12,0	0,4	1,5	2,6	36,4	22,8	14,0	20,0	10,0	6,1
СФО	69,5	69,3	71,4	6,4	10,2	11,4	0,5	1,4	2,3	23,6	19,1	14,9	9,9	3,6	4,8
ДФО	65,9	62,3	66,8	7,3	11,1	12,6	1,3	1,6	2,5	25,5	25,0	18,1	10,4	3,9	2,6

Примечание. Составлено по: [3].

ЦФО – 101,5 %, СЗФО – 113,49 %, ЮФО – 105,4 %, СКФО – 97,1 %, ПФО – 107,4 %, УрФО – 113,5 %, СФО – 103 %, ДФО – 107,2 %. В структуре потребительских расходов домашних хозяйств наибольший процент приходится на покупку непродовольственных товаров, что наблюдается во всех регионах.

Так, в 2011 г. на 1-м месте по покупкам продуктов питания – СКФО, на 2-м – ЮФО, на 3-м – СЗФО, на 4-м ПФО, на 5-м – СФО, на 6-м – ДФО, на 7-м – ЦФО, на 8-м – УрФО.

По статье «Покупка непродовольственных товаров» 1-е место – у ПФО, 2-е занимает СФО, 3-е – УФО, 4-е – ДФО, 5-е – ЦФО, 6-е – ЮФО, 7-е – СЗФО, 8-е – СКФО, что отражено в таблице 3.

По данным Росстата по доле региона в таких показателях развития национальной экономики, как «валовой региональный продукт», ЮФО находится на 6-м месте, что составляет 6,2 %, уступая Приволжскому, Уральскому, Сибирскому, Центральному, Северо-Западному федеральным округам РФ. По уровню инвестиций в основной капитал ЮФО на 7-м месте. По объему отгруженной продукции собственного производства ЮФО также на 7-м месте, причем с существенным разрывом от лидеров.

Для оценки возможностей и уровня развития потребительской экономики в регионах России сравним их по показателям, представленным в таблице 3.

В предлагаемой автором методике каждый из приведенных показателей оценивается от 1 до 5 баллов. Так, 1 балл – очень низкое значение данного показателя; 2 балла – низкое значение данного показателя; 3 балла – среднее значение данного показателя; 4 балла – высокое значение данного показателя; 5 баллов – очень высокое значение данного показателя. Суммируя показатели оценки, получаем показатель, характеризующий уровень развития потребительской экономики региона. Чем больше его значение по сравнению с регионом-конкурентом, тем более устойчиво положение данного региона. Максимальное значение суммы показателей – 35 баллов. Результатом подобного сравнительного анализа будет перечень факторов, влияющих на формирование потребительской экономики в макро-регионах России.

Если проранжировать полученные итоговые значения показателей таблицы 3, то: 1-е место – у ЦФО, 2-е – у СЗФО, 3-е – у ПФО, 4-е место разделили УрФО и ДФО, 5-е – у СФО, 6-е – у ЮФО, 7-е – у СКФО. Полученные результаты свидетельствуют о разном уровне развития потребительской экономики в регионах России. Между тем «высочайшее разнообразие условий, ресурсов, факторов социально-экономического развития регионов требует безусловного учета их пространственной специфики при разработке и

Таблица 3

Сравнительный анализ регионов России по состоянию за 2011 г.

Показатели (в баллах)	ЮФО	ЦФО	СЗФО	СКФО	ПФО	УрФО	СФО	ДФО
1. ВРП	2	5	3	1	4	4	3	2
2. Темпы роста промышленного производства	5	4	4	2	5	2	4	5
3. Среднедушевые денежные доходы населения в месяц	3	5	4	2	3	4	3	4
4. Потребительские расходы населения в месяц	3	5	4	4	3			4
5. Уровень занятости населения	2	4	5	1	3	3	3	3
6. Оборот розничной торговли	2	5	2	1	4	2	3	1
7. Среднегодовая численность занятых в экономике	2	4	5	1	2	3	2	3
<i>Итого</i>	19	31	25	12	24	22	20	22

Примечание. Составлено автором по: [4].

реализации стратегического планирования и управления [5, с. 39].

Отсутствие на государственном уровне стратегического видения потенциала российских регионов, их будущего, специфики и комбинации перспективной системы пространственных статусов остается серьезной проблемой, осложняющей гармоничное развитие экономического пространства России в региональном аспекте. Разные социально-экономические уровни развития регионов в России являются ограничением для развития в ней потребительской экономики. Возможным решением проблемы будет применение маркетингового подхода в управлении региональным развитием и формирование взаимовыгодных хозяйственных связей регионов. Автор солидарен с мнением Д.П. Фролова [5, с. 27], подчеркивающего, что «межрегиональные взаимодействия – процесс взаимного влияния регионов, выступающий универсальной формой их совместного развития (коэволюции)».

Проведенные исследования и анализ полученных данных проиллюстрировали, что социально-экономические показатели ЮФО являются ограничением для развития потребительской экономики в регионе. Но, несмотря на складывающиеся обстоятельства, идет постепенное формирование общества потребления в ЮФО, также как во всех регионах России. И эта тенденция будет набирать силу. Этому обстоятельству способствует ряд факторов.

Во-первых, глобализация экономики. Транснациональные компании (ТНК) становятся проводниками потребительской экономики. Глобализация направлена на снижение, прежде всего, государственных барьеров на пути движения товаров, услуг, капиталов, информации. Проникая на региональные рынки, ТНК, мультинациональные компании приходят со своими стандартами, правилами и ценностями.

Во-вторых, Интернет становится мощным средством коммуникации. Создание мировых социальных сетей, таких как Facebook, Linkedin, в России – «ВКонтакте», «Одноклассники», формирует различные категории потребителей.

В-третьих, активное развитие системы потребительского кредитования. Потребительская экономика стимулирует производство товаров. Очень важно не превратиться в страну, которая потребляет то, что производится другими странами. Для этого необходимо поддерживать на региональном уровне обрабатывающую от-

расль, сельское хозяйство, а также малый и микробизнес, который решает несколько задач. Во-первых, поддерживается самозанятость населения. Учитывая, что в 2011 г. ЮФО по уровню занятости занимал 7-е место, а по уровню безработицы – 5-е место. По величине среднемесячной заработной платы работников организаций ЮФО до сих пор занимает 7-е место, что составляло в 2011 г. 17 237 рублей. Во-вторых, именно малый и микробизнес способны индивидуализировать, персонифицировать свою деятельность под конкретного потребителя.

Таким образом, современный этап развития потребительской экономики в России требует новых подходов в управлении регионами и межрегиональном взаимодействии. Это позволит в конечном итоге создать конкурентоспособную экономику России, ориентированную на человека, его потребности.

Список литературы

1. Аракелова, И. В. Потребительская экономика в современном информационном обществе / И. В. Аракелова // Наука в современном информационном обществе = Science in the modern information society : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 3 – 4 апр. 2013 г.). Vol. 2 / spc Academic. – North Charleston (SC, USA). – 213 с.
2. Федеральная служба государственной статистики России. Российский статистический ежегодник, 2011 г. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139821848594 (дата обращения: 23.08.2013). – Загл. с экрана.
3. Федеральная служба государственной статистики России. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/prom/sposob.htm (дата обращения: 14.09.2013). – Загл. с экрана.
4. Федеральная служба государственной статистики России. Распределение организаций (юридических лиц) по способу их образования. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_13/Main.htm. – Загл. с экрана.
5. Фролов, Д. П. Маркетинговая парадигма регионального развития : монография / Д. П. Фролов ; Федер. гос. авт. образоват. учреждение высш. проф. образования «Волгогр. гос. ун-т». – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2013. – 156 с.
6. Шаховская, Л. С. Потребительская экономика: сущность, содержание, принципы / Л. С. Шаховская, И. В. Аракелова // Актуальные вопросы современной экономической науки : сб. докл. XI междунар. науч. конф. (г. Липецк, 23 февр. 2013 г.). – Липецк : Гравис, 2013. – С. 9 – 12.