

DOI: 10.34020/2073-6495-2020-2-127-137

УДК 311, 339.37

СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Храмцова Т.Г.

Новосибирский государственный педагогический университет

E-mail: tanyhram@mail.ru

Храмцова О.О.

Новосибирский государственный университет

экономики и управления «НИНХ»

E-mail: hramoo@mail.ru

Казарина А.А.

Санкт-Петербургский университет

государственной противопожарной службы МЧС России

E-mail: tanyhram@mail.ru

В статье изложены методологические положения исследования состояния потребительского рынка в контексте оценки уровня жизни населения. Дана оценка реализации потенциала потребительского рынка в разрезе трех сегментов: рынка продовольственных товаров, непродовольственных товаров и платных услуг населению. Выявлены особенности развития оборота розничной торговли, рассматриваемого в качестве ключевого показателя потребительского рынка, характеризующего его социально-экономический эффект. Оценена его региональная дифференциация в разрезе территорий Сибирского федерального округа. Предложена методика комплексной оценки уровня развития потребительского рынка, результаты апробирования которой представлены в работе.

Ключевые слова: потребительский рынок, среднедушевые денежные доходы населения, реальные доходы населения, динамика оборота розничной торговли, оборот розничной торговли на душу населения, территориальная дифференциация душевого оборота, уровень развития потребительского рынка.

SOCIAL ASPECT OF CONDITION ASSESSMENT CONSUMER MARKET

Khramtsova T.G.

Novosibirsk State Pedagogical University

E-mail: tanyhram@mail.ru

Khramtsova O.O.

Novosibirsk State University of Economics and Management

E-mail: hramoo@mail.ru

Kazarina A.A.

Saint-Petersburg University of State Fire Service of EMERCOM of Russia

E-mail: tanyhram@mail.ru

The article presents the methodological provisions of the research of consumer market state in the context of the assessment of living standards of the population. The assessment of unlocking the consumer market potential is given in terms of three segments: food

market, non-food market and paid services market. The article reveals the features of the development of retail turnover viewed as the key indicator of consumer market that characterizes its social and economic effects. Its regional differentiation is assessed in terms of the territories of the Siberian Federal District. The methods of integrated assessment of the level of the consumer market development are offered; the results of implementation of the methods are presented.

Keywords: consumer market, per capita monetary income of the population, real income of the population, dynamics of retail trade turnover, retail trade turnover per capita, territorial differentiation of per capita turnover, level of development of the consumer market.

На сегодняшний день в России сложилась объективная необходимость усиления социальной направленности политики государства, что обуславливает потребность активизации всех рычагов, связанных с повышением качества жизни населения. Одним из них является совершенствование функционирования потребительского рынка, что актуализирует анализ его состояния на региональном уровне.

Акцентируя внимание на социальной составляющей, исследование регионального потребительского рынка неразрывно связано с оценкой его роли в обеспечении жизнедеятельности человека, уровня жизни населения. Согласование интересов продавцов и покупателей в результате совершения сделок купли-продажи реализуется на основе повышения качества потребительских товаров и услуг, совершенствования их ассортиментной структуры в соответствии с покупательским спросом, улучшения условий торгового обслуживания на основе современных технологий. Удовлетворение возвышающихся потребностей населения в соответствии с доходами и потребительскими предпочтениями проявляется в динамике такого важнейшего показателя оценки состояния потребительского рынка, как оборот розничной торговли.

Достижение сбалансированности между объемом и структурой покупательского спроса и объемом и структурой предложения товаров обеспечивает устойчивое равновесие на региональном потребительском рынке. Как социально-экономическое явление потребительский рынок выступает фактором социальной стабильности в обществе.

С другой стороны, потребительский рынок является важнейшей составной частью региональной экономики в рыночных условиях. Социально-экономический аспект функционирования потребительского рынка проявляется в следующих направлениях: участие в формировании валового регионального продукта, стимулирование товаропроизводителей к увеличению выпуска продукции, совершенствование состояния инфраструктуры коммерческой деятельности, согласование экономических интересов продавцов и покупателей, наполнение доходной части бюджетов всех уровней, обеспечение участия субъекта в межрегиональных торгово-экономических связях, обеспечение занятости населения и улучшение состояния рынка труда.

Потребительский рынок следует рассматривать с трех позиций: во-первых, в экономическом пространстве (в связи с созданием, распределением и потреблением жизненных благ); во-вторых, в географическом простран-

стве (с точки зрения размещения и перемещения товаров в конкретных условиях места и времени); в-третьих, в социальном пространстве (в этом случае характеризуется социальный статус субъекта рынка, определяется отнесение его к определенному слою населения) [1, с. 98]. Цель настоящей работы – обосновать использование оценки состояния регионального потребительского рынка как показателя социально-экономического развития региона во взаимосвязи с оценкой уровня жизни.

Потребительский рынок включает три основных сегмента: рынок продовольственных товаров, рынок непродовольственных товаров и рынок услуг населению. Процесс купли-продажи на каждом из трех сегментов потребительского рынка оценивается стоимостными показателями оборота розничной торговли и предоставления платных услуг населению. В свою очередь в составе розничного товарооборота выделяют продажу продовольственных и непродовольственных товаров. Если рассматривать размер регионального потребительского рынка как объем сделок купли-продажи соответствующих товаров и услуг на территории, например, федерального округа, то с определенной степенью условности показатели оборота розничной торговли и объема платных услуг населению можно считать индикаторами реализации потенциала каждого из сегментов потребительского рынка. Соответственно оценка их динамики позволяет проследить сложившиеся тенденции развития как объема, так и структуры потребительского рынка, и может быть использована в качестве одной из характеристик социально-экономического развития региона.

В табл. 1 представлены данные, характеризующие сегменты потребительского рынка Сибирского федерального округа.

Таблица 1

Динамика показателей потребительского рынка Сибирского федерального округа за 2014–2018 гг.

Сегмент потребительского рынка	Оборот, млн руб.			Индекс оборота, %	
	2014 г.	2018 г.		в текущих ценах	в сопоставимых ценах
		в текущих ценах	в ценах 2014 г.		
Рынок продовольственных товаров	1099940	1273595	1036286	115,8	94,2
Рынок непродовольственных товаров	1322835	1465319	1136787	110,8	85,9
Рынок услуг населению	653145	825428	686141	126,4	105,1
Всего	3075920	3564342	2859214	115,9	92,9

Источник: В табл. 1–4 рассчитано по данным [5, 6].

Исследованием охвачен период с 2014 по 2018 г., позволяющий представить уже сложившиеся тенденции изменений на потребительском рынке после кризисных явлений 2014–2015 гг., связанных с неблагоприятной ситуацией в условиях западных санкций в отношении России. Оценивая динамику объема рынка в действующих ценах, отметим, что опережающими темпами развивался сегмент услуг населению: за рассматриваемый период

он увеличился на 26,4 %. Продовольственный сегмент потребительского рынка Сибирского федерального округа нарастил оборот на 15,8 %. Значительно более низкий рост характерен для оборота непродовольственных товаров (110,8 %). Такие различия в динамике повлекли за собой структурные сдвиги на потребительском рынке, выразившиеся в увеличении удельного веса рынка платных услуг и сокращении доли рынка непродовольственных товаров. Продовольственный сегмент сохранил свою нишу.

Структура потребительского рынка в целом соответствует структуре потребительских расходов, что обосновывает достоверность результатов исследования потребительского рынка в разрезе его трех сегментов. Перераспределение денежных средств населения между отдельными направлениями их расходования частично объясняется более высоким спросом на услуги. Безусловно, рынок услуг ориентирован на улучшение среды обитания, оптимизацию использования свободного времени, повышение качества жизни. Однако в составе платных услуг наибольший удельный вес (20,5 % в 2018 г.) составляют коммунальные услуги, приобретение части из которых носит вынужденный характер, отвлекающий денежные средства населения от приобретения других товаров и услуг.

Наличие информации об индексах потребительских цен в разрезе трех сегментов позволяет оценить динамику физического объема потребительского рынка Сибирского федерального округа. За пятилетний период нарастить потенциал удалось рынку услуг населению: в 2018 г. его рост составил 105,1 % по сравнению с 2014 г. Рынок продовольственных товаров сократился на 5,8 %. Более существенно уменьшился объем рынка непродовольственных товаров: индекс физического объема опустился до 85,9 %.

Различия в тенденциях изменения отдельных сегментов потребительского рынка не могли не отразиться на структурных сдвигах в товарном составе розничного товарооборота (табл. 2).

Таблица 2

**Макроструктура оборота розничной торговли Сибирского
федерального округа в 2014 и 2018 гг., % к итогу**

Товарная группа	2014 г.	2018 г.
Продовольственные товары	45,4	46,5
Непродовольственные товары	54,6	53,5
Итого	100,0	100,0

Товарная структура оборота розничной торговли и прежде всего соотношение удельных весов макрогрупп: продовольственных и непродовольственных товаров, является качественной характеристикой состояния потребительского рынка. Признаком его улучшения служит увеличение удельного веса непродовольственных товаров, предназначенных для отдыха, физического и интеллектуального развития человека. Потребительский рынок Сибирского федерального округа демонстрирует, наоборот, ухудшение макроструктуры товарооборота в 2018 г. по сравнению с 2014 г., когда доля продовольственных товаров в товарообороте выросла на 1,1 %, соответственно на эту величину снизилась доля непродовольственных товаров.

Оборот розничной торговли, охватывая более 75 % объема потребительского рынка, отражает размер удовлетворенного покупательского спроса и характеризует экономический и социальный эффект функционирования потребительского рынка. Оборот розничной торговли является результатом обмена товара на деньги, материальную основу совершения актов купли-продажи создают денежные доходы населения, выступающие другим важнейшим элементом потребительского рынка. Рассмотрение их во взаимосвязи обусловлено социально-экономическим значением потребительского рынка для региональной экономики и достаточно близко приближает к методическим аспектам исследования уровня жизни.

Период с 2014 г. характеризуется негативной тенденцией снижения реальных денежных доходов населения в субъектах Сибирского федерального округа (табл. 3).

Таблица 3

Динамика денежных доходов населения и оборота розничной торговли Сибирского федерального округа за 2014–2018 гг., % к предыдущему году

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Реальные денежные доходы населения	98,7	97,1	94,8	99,8	100,8
Оборот розничной торговли в сопоставимых ценах	98,6	88,6	95,5	101,5	103,1

Наиболее осязаемое сокращение реальных денежных доходов произошло в 2016 г. – на 5,2 % по сравнению с предыдущим годом. Динамике показателя в более отдаленной ретроспективе (2010–2013 гг.) был присущ стабильный рост: от 102,1 % в 2011 г. до 105,2 % в 2012 г. Кризисные и посткризисные явления в экономике отразились на снижении реальных доходов населения. Лишь в 2018 г. эта тенденция была преодолена, наметился их незначительный рост. В условиях снижения реальных доходов населения индекс физического объема розничного товарооборота к предыдущему году не показывал роста в 2014–2016 гг., и только в 2017 и 2018 гг. физический объем оборота начал увеличиваться (в течение более благополучного периода с 2010 по 2013 г. индекс оборота в сопоставимых ценах колебался от 103,3 % в 2013 г. до 107,1 % в 2012 г.).

Поскольку на потребительском рынке в качестве покупателя выступают главным образом отдельные лица и домашние хозяйства, приобретающие товар для личного потребления, исследование показателей денежных доходов и оборота розничной торговли целесообразно вести в относительном выражении. Рассмотрение не абсолютных значений показателей, а их уровня в расчете на душу населения позволяет абстрагироваться от влияния численности населения, усиливает аспект оценки интенсивности развития соответствующих явлений, обеспечивает сопоставимость показателей в географическом пространстве, ориентирует исследователя на анализ региональной колеблемости, а значит территориальной дифференциации уровня развития потребительского рынка.

За 2014–2018 гг. среднедушевые денежные доходы населения увеличились в 1,2 раза, оборот розничной торговли на душу населения – только

Таблица 4

**Динамика показателей потребительского рынка Сибирского федерального округа
за 2014–2018 гг.**

Показатель	2014 г.	2018 г.	Темп роста, %	
			за 2014–2018 гг.	в среднем за год
Среднедушевые денежные доходы населения, руб.	21256	25642	119,9	104,6
Оборот розничной торговли на душу населения, руб.	140553	159223	113,3	103,2
Платные услуги на душу населения, руб.	37891	47985	126,6	106,1

на 13,3 %. Рост объема платных услуг на душу населения в текущих ценах составил 126,6 % в 2018 г. по сравнению с 2014 г. Он обгонял рост душевого оборота в 1,12 раза и среднедушевых денежных доходов – в 1,06 раза (табл. 4).

Это подтверждает высказанное ранее положение об отставании развития сегмента рынка товаров от рынка услуг. Оценка динамики показателей потребительского рынка в расчете на душу населения в сопоставимых ценах (в качестве которых в исследовании приняты цены 2014 г.) также показала большую стабильность рынка услуг. Сокращение физического объема платных услуг на душу населения наблюдалось в течение 2015 и 2016 гг., в 2018 г. он возрос по сравнению с 2014 г. на 5,3 %, чего нельзя сказать о продаже товаров на душу населения. Физический объем товарного потребления материальных благ через каналы торговли в 2018 г. не достиг уровня 2014 г. и был ниже него почти на 10 % (см. рисунок).

Такая динамика показателя оборота розничной торговли на душу населения свидетельствует о недостаточно благополучном состоянии потребительского рынка в Сибирском федеральном округе и актуализирует оценку влияния факторов на показатель душевого товарооборота.

Абстрагируясь от комплексности категории потребительского рынка, сложности оценки уровня экономического развития, можно выделить два

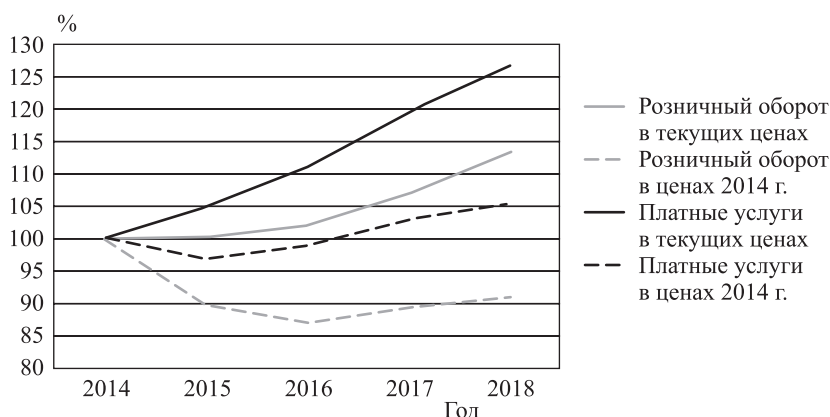


Рис. 1. Динамика оборота розничной торговли и платных услуг на душу населения Сибирского федерального округа в 2014–2018 гг., % к 2014 г.

факторных признака, влияющих на душевой товарооборот. Во-первых, среднедушевые денежные доходы населения (они аккумулируют в себе влияние уровня развития производительных сил, состояния рынка труда, именно они являются финансовым источником, материальной основой совершения акта покупки товара). Во-вторых, обеспеченность населения торговой сетью (она создает необходимые условия покупки товаров в физическом смысле, в условиях бездефицитной торговли для покупателя все большую роль играет удобство совершения покупок, доступность розничной торговой сети, что связано с привлечением инвестиций в торговлю). В качестве показателя обеспеченности населения торговой сетью взят показатель торговой площади в расчете на 1000 жителей.

Корреляционный анализ связи между названными показателями, выполненный по совокупности субъектов Сибирского федерального округа за 2018 г., показал наличие высокой связи между оборотом розничной торговли на душу населения и среднедушевыми денежными доходами и заметной связи зависимого показателя с обеспеченностью населения торговой сетью. Коэффициент корреляции составил 0,9 и 0,58 соответственно.

Включение в регрессионный анализ душевого товарооборота названных факторов позволило получить регрессионную модель, имеющую следующий вид:

$$Y_x = -28625,2 + 5,97X_1 + 37,0X_2,$$

где Y_x – теоретические значения оборота розничной торговли на душу населения, руб. за год; X_1 – среднедушевые денежные доходы населения, руб. в месяц; X_2 – обеспеченность населения торговыми площадями, м² на 1000 жителей.

Множественный коэффициент корреляции равен 0,94. Коэффициент детерминации полученной модели говорит о том, что 88 % колеблемости результативного показателя связано с влиянием включенных в модель факторов.

Повышение среднемесячных денежных доходов населения на 1000 руб. ведет к увеличению розничного оборота на душу населения на 5970 руб. в год. А расширение торговых площадей на 1 м² на 1000 жителей обуславливает прирост душевого оборота на 37 руб. Коэффициенты эластичности соответственно составили 0,96 и 0,2 %. Как и предполагалось, денежные доходы населения являются приоритетным фактором, обеспечивающим совершение актов купли-продажи товаров на потребительском рынке. В условиях бездефицитной торговли, достаточного предложения товаров фактор денежных доходов населения призван обеспечивать сбалансированность спроса и предложения на региональном потребительском рынке.

Агрегирование статистической информации на мезоуровне федерального округа в определенной степени сглаживает различия между отдельными входящими в него субъектами. Так, в 2018 г. оборот розничной торговли на душу населения варьировал от 73 214 руб. в Республике Тыва до 187 102 руб. в Красноярском крае при среднем значении по Сибирскому федеральному округу 159 223 руб. Значения показателя отдельных регионов отклонялись от среднего значения в среднем на 19,4 %. Вариация доста-

точно заметна и вызвана влиянием целого ряда факторов, связанных как с уровнем социально-экономического развития отдельных территорий, так и со степенью развитости, совершенства регионального потребительского рынка. В составе субъектов федерального округа, очевидно, можно выделить отдельные группы территорий по уровню состояния потребительского рынка. Выравнивание территориальных различий в обеспечении условий жизни населения, снижение уровня межрегиональной дифференциации социально-экономического развития отдельных территорий, сокращение межрегиональных социально-экономических различий – одно из направлений выполнения миссии социального государства, задача реализации Стратегии пространственного развития России на период до 2025 г. Результаты анализа территориальной дифференциации показателей потребительского рынка имеют значение для принятия управленческих решений органами государственной и муниципальной власти.

Уровень развития регионального потребительского рынка как системы территориальной организации сферы обращения потребительских товаров невозможно оценить каким-то одним показателем. Для его исследования необходим комплекс показателей, отражающих отдельные аспекты оценки состояния потребительского рынка. Для сопоставимости данных воспользуемся относительными и средними показателями. В их числе:

- оборот розничной торговли на душу населения;
- среднедушевые денежные доходы населения;
- доля расходов на покупку товаров в денежных доходах населения;
- показатель товарной структуры розничного товарооборота – удельный вес непродовольственных товаров в общем объеме оборота;
- индекс физического объема оборота розничной торговли;
- торговая площадь на 1000 жителей;
- оборот розничной торговли на 1 м² торговой площади;
- сумма налоговых платежей и сборов от организаций розничной торговли в бюджетную систему в расчете на одного жителя.

Для всех показателей характерна позитивная оценка в случае приближения к максимальным значениям. Стандартизация показателей путем отнесения индивидуальных значений по каждому показателю к наибольшему значению позволяет количественно оценить степень близости к этим максимальным значениям, рассматриваемым как наилучшие.

Уровень развития потребительского рынка (R) представляет среднюю степень достижения наилучших результатов по ряду показателей, для получения которой предложено использовать среднюю геометрическую:

$$R = \sqrt[n]{x_1^* \cdot x_2^* \cdot \dots \cdot x_n^*},$$

где x_i^* – стандартизованное значение i -го показателя:

$$x_i^* = \frac{x_i}{x_{i \max}},$$

где x_i – значение i -го показателя каждого региона; $x_{i \max}$ – наибольшее значение i -го показателя среди всех субъектов федерального округа; n – число показателей.

Значения средней степени приближения показателей потребительского рынка к максимальным значениям по округу представлены в табл. 5.

Таблица 5

Значения многомерной средней уровня развития потребительского рынка субъектов Сибирского федерального округа в 2018 г.

Субъект	Средний уровень стандартизованных значений показателей потребительского рынка
Республика Алтай	0,6818
Республика Тыва	0,5536
Республика Хакасия	0,7735
Алтайский край	0,7847
Красноярский край	0,8832
Иркутская область	0,8058
Кемеровская область	0,7540
Новосибирская область	0,9224
Омская область	0,8293
Томская область	0,8428
СФО	0,8271

Источник: Рассчитано авторами.

Группировка субъектов Сибирского федерального округа по значениям многомерной средней позволяет выделить группы регионов с низким, средним и высоким уровнем развития потребительского рынка (табл. 6).

Таблица 6

Группировка субъектов Сибирского федерального округа по уровню развития регионального потребительского рынка в 2018 г.

Уровень развития потребительского рынка	Число субъектов	Состав группы
Низкий (до 0,70)	2	Республика Тыва, Республика Алтай
Средний (0,70–0,85)	6	Кемеровская область, Республика Хакасия, Алтайский край, Кемеровская, Омская, Томская области
Высокий (выше 0,85)	2	Красноярский край, Новосибирская область

В число аутсайдеров попали Республики Тыва и Алтай. Общим для них является отставание по уровню среднедушевых денежных доходов, оборота розничной торговли и налоговых платежей от организаций розничной торговли на душу населения. Для Республики Тыва характерен недостаточный потенциал потребительского рынка (крайне низкая обеспеченность населения торговой сетью), для Республики Алтай – крайне низкая эффективность использования имеющейся торговой сети, что, в свою очередь, наводит на мысль об относительной избыточности торговых площадей.

Для большинства регионов со средним уровнем развития потребительского рынка характерно низкое значение суммы налоговых отчислений на одного жителя, розничного товарооборота на 1 м² торговой площади и на душу населения. В Иркутской области чрезвычайно низкая обеспеченность

населения торговой сетью (при средних 887 м² на 1000 человек населения в Сибирском федеральном округе и максимальном значении 1115 м² в Новосибирской области в этом субъекте Федерации на каждую 1000 жителей приходится лишь 601 м²).

В числе лидеров по уровню развития потребительского рынка – Новосибирская область и Красноярский край. В качестве возможностей улучшения их рейтинга представляется: повышение отдачи от использования торговой площади в Новосибирской области; возрастание налоговых платежей от торговли в расчете на одного жителя и обеспеченности населения торговой площадью – в Красноярском крае.

Как показали результаты исследования, для региональных потребительских рынков большинства субъектов актуальной является проблема более динамичного развития оборота, решение которой позволит повысить эффективность использования имеющейся торговой сети (как внутриотраслевой результат), увеличить экономический эффект функционирования потребительского рынка в виде налоговых платежей в бюджетную систему (как макроэкономический результат). Увеличение объемов оборота розничной торговли, в свою очередь, ограничено недостаточным ростом среднедушевых денежных доходов населения. Это является существенным ограничителем формирования и развития покупательского спроса, который теряет свою первичность перед предложением товаров, что означает нарушение важнейшего принципа потребительского рынка – приоритетности социального аспекта его организации, ослабление единства экономической и социальной составляющих его функционирования. Совершенствование регионального потребительского рынка следует рассматривать в качестве одного из механизмов реализации Стратегии пространственного развития страны до 2025 г., что неразрывно связано с регулированием рынка труда, повышением занятости населения, интенсификацией экономического развития территорий.

Литература

1. *Беляевский И.К.* Потребительский рынок как важнейший фактор благосостояния // Экономика, Статистика и Информатика. 2012. № 6. С. 96–105.
2. *Новоселов А.С.* Региональный потребительский рынок. Проблемы теории и практики / отв. ред. В.В. Кулешов. Новосибирск: Сиб. Соглашение, 2002.
3. Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской Федерации до 2025 года. [Электронный ресурс]: распоряжение Правительства РФ от 13.02.2019 № 207-р // Справочно-правовая система КонсультантПлюс.
4. *Савельева М.Ю., Савельева Ю.В., Савельев А.В.* Улучшение инвестиционного климата в регионе (на примере Новосибирской области) // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2015. № 11 (83). С. 51.
5. Единая межведомственная информационно-статистическая система. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedstat.ru> (дата обращения: 20.03.2020).
6. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.03.2020).

Bibliography

1. *Beljaevskij I.K.* Potrebitel'skij rynek kak vazhnejshij faktor blagosostojanija // Jekonomika, Statistika i Informatika. 2012. № 6. P. 96–105.

2. *Novoselov A.S.* Regional'nyj potrebitel'skij rynek. Problemy teorii i praktiki / otv. red. V.V. Kuleshov. Novosibirsk: Sib. Soglashenie, 2002.
3. Ob utverzhdenii Strategii prostranstvennogo razvitija Rossijskoj Federacii do 2025 goda. [Jelektronnyj resurs]: rasporyzhenie Pravitel'stva RF ot 13.02.2019 № 207-r // Spravochno-pravovaja sistema Konsul'tantPljus.
4. *Savel'eva M.Ju., Savel'eva Ju.V., Savel'ev A.V.* Uluchshenie investicionnogo klimata v regione (na primere Novosibirskoj oblasti) // Upravlenie jekonomicheskimi sistemami: jelektronnyj nauchnyj zhurnal. 2015. № 11 (83). P. 51.
5. Edinaja mezhvedomstvennaja informacionno-statisticheskaja sistema. [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://www.fedstat.ru> (data obrashhenija: 20.03.2020).
6. Federal'naja sluzhba gosudarstvennoj statistiki. [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.gks.ru/> (data obrashhenija: 20.03.2020).