

### **Анализ ситуации и позиционирование потребительского рынка по основным показателям социально-экономического развития**

Потребительский рынок Ставропольского края функционирует как крупная составная часть единого социально-экономического комплекса края.

Торговля является одной из важнейших сфер жизнеобеспечения населения. **Изменения в торговле – это индикатор, который безошибочно сигнализирует о благосостоянии в обществе.**

По своему удельному весу и роли в обеспечении жизнедеятельности населения потребительский рынок занимает ведущее место в системе краевых рынков, его доля в ВРП - 19 процентов.

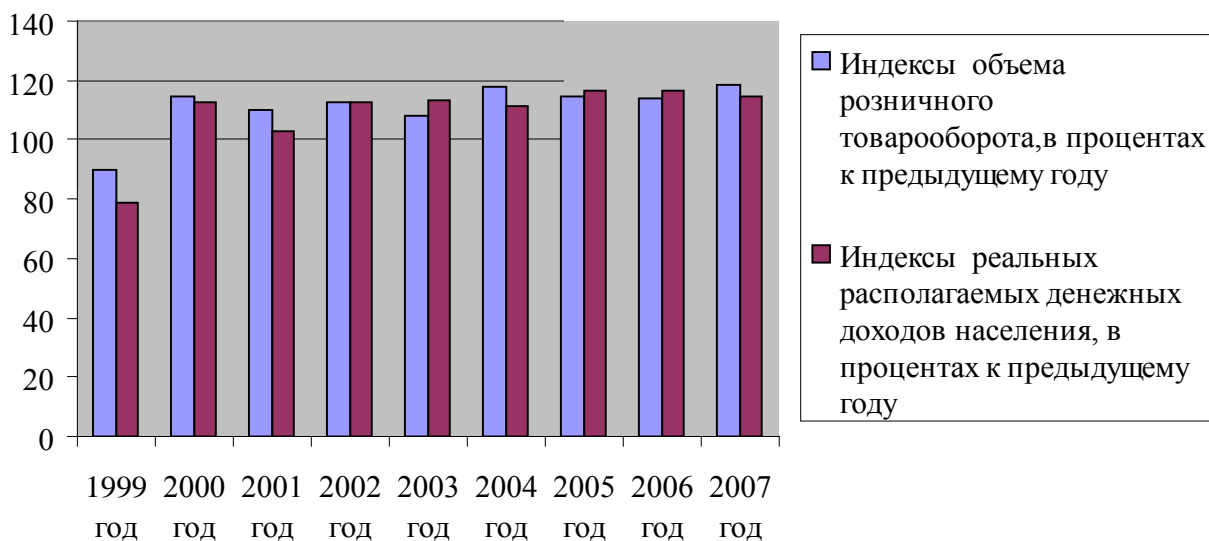
В целом потребительский рынок Ставропольского края можно охарактеризовать как стабильный с высокими темпами развития материально-технической базы и уровнем насыщенности товарами и услугами.

Рыночные преобразования в 1990 – 2000 годы обеспечили развитие потребительского рынка с достаточно высоким уровнем насыщения товарами, разнообразием услуг, преобладанием свободной купли-продажи. На смену товарно-распределительной системе пришла свободная деятельность предпринимателей (в негосударственном секторе в настоящее время формируется 98% оборота розничной торговли).

На развитие розничной торговли положительно влияет рост инвестиций в данный сектор, темп которого в 2006 году составил 240,5 %, в 2007 году –110,5%.

Благоприятная экономическая конъюнктура, сложившаяся в последние годы, позитивная динамика основных макроэкономических показателей Ставропольского края, а также устойчивый рост реальных располагаемых денежных доходов населения края способствовали дальнейшему увеличению потребительского спроса, ускорению оборота розничной торговли и объема платных услуг населению.

### Динамика развития розничного товарооборота и денежных доходов населения



В структуре оборота розничной торговли доля непродовольственных товаров стабильно занимает более половины (57,3%) розничного оборота, что является одним из показателей роста благосостояния населения края. В последние годы повысился спрос на автомобили, мебель, строительные материалы, бытовую технику и др.

Начиная с 2000 года потребительский рынок края характеризуется стабильно высоким ежегодным ростом товарооборота, среднегодовой прирост составил 13,7 процентов.

В настоящее время рыночная инфраструктура потребительского рынка в Ставропольском крае представлена достаточно разветвленной сетью организаций торговли и общественного питания. Их количество в 2007 г. по сравнению с 1990 г. увеличилось в 2,5 раза и составило около 20000 стационарных предприятий, из них в розничной торговле – 16000, в общественном питании – 3000.

В общем количестве стационарных предприятий 20,6 процентов занимает мелкорозничная торговая сеть, которая в большинстве случаев заменяет цивилизованную торговую сеть, а не дополняет её.

На территории Ставропольского края действуют 103 розничных рынка на 41508 торговых мест, в том числе 70 универсальных, 13 сельскохозяйственных, 20 специализированных.

В сегменте розничной торговли края в последние годы участвуют крупные западные сети, которые после закрепления в Москве и Санкт-Петербурге стали продвигаться в регионы России.

В результате проводимой работы по совершенствованию торговой деятельности, привлечению на территорию края крупных универсальных розничных и оптово-розничных организаций в 2006 – 2008 годах введены в экс-

плуатацию около 50 объектов торговли, представляющих многофункциональные торговые центры, крупные сетевые компании из города Москва - 6 компаний, города Ростов-на-Дону - 2, города Краснодар - 2, а также 6 краевых торговых компаний, имеющих разветвленную сеть практически во всех районах и городах края. Благодаря этому повышается культура обслуживания населения, расширяется ассортимент доступных товаров, развивается здоровая конкуренция, повышается стимул производителей в выпуске высококачественных и конкурентных товаров.

**В оптовой торговле** также наметилась тенденция развития и укрупнения предприятий с организацией на их базе логистических центров.

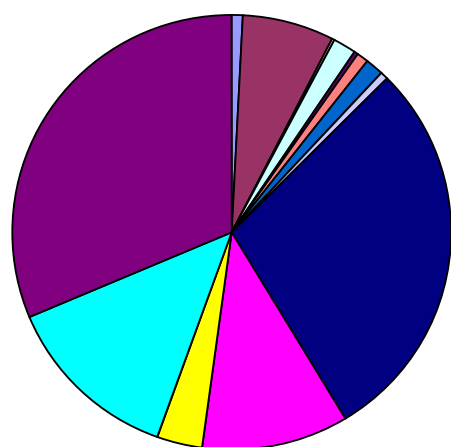
Инфраструктура **бытового обслуживания населения** в Ставропольском крае представлена разветвлённой сетью предприятий бытового обслуживания. Создание в крае на базе существующих организаций бытового обслуживания районных координационных центров с 1998 года по 2001 год позволило сохранить и улучшить существующую материально-техническую базу районной сети ателье, мастерских, цехов. С их активным участием с 1998 по 2005 год в районах края восстановлена работа 256 комплексных приёмных пунктов и домов быта.

На смену разьединительным и обособленческим настроениям, порожденным приватизацией, **на потребительском рынке Ставропольского края** необходим качественно новый этап развития интеграционных процессов, заключающийся в осознанном стремлении к интегрированию хозяйственной деятельности различных торговых структур, производителей, банков в рамках общей организационной формы. Внешними стимуляторами этих процессов являются спрос, обострение проблемы реализации товаров, многочисленные осложнения на пути их движения, вызванные неразвитостью инфраструктуры торговой деятельности.

Численность занятых в торговле в крае составляет 200 тыс. человек – 7,4 процентов от общей численности населения края, в бытовом обслуживании занято около 20 тыс. человек.

Потребительская сфера оказывает наиболее сильное влияние на формирование и рост доходной части бюджета Ставропольского края (оценочно в 2008 году в краевой бюджет поступят 5,2 млрд. рублей в виде налогов). Доля предприятий торговли и общественного питания в налоговых поступлениях по краю, за последние годы, в среднем составляет 14,0 процентов. Поступления в бюджет Ставропольского края создают экономические условия для развития важнейших социальных сфер – образования, здравоохранения, культуры, спорта.

### Структура оборота оптовой и розничной торговли в ЮФО по субъектам РФ



- Республика Адыгея
- Республика Дагестан
- Республика Ингушетия
- Кабардино-Балкарская Республика
- Республика Калмыкия
- Карачаево-Черкесская Республика
- Республика Северная Осетия-Алания
- Чеченская Республика
- Краснодарский край
- Ставропольский край
- Астраханская область
- Волгоградская область
- Ростовская область

В структуре оборота торговли по Южному федеральному округу Ставропольский край занимает 10,6% объема или 4-е место в округе.

Показатели развития потребительского рынка:

Показатели	2007 год		9 месяцев 2008 года	
	млрд. рублей в ценах соответствующих лет	в % к предыдущему году в сопоставимых ценах	млрд. рублей в ценах соответствующих лет	в % к предыдущему году в сопоставимых ценах
Объем розничного товарооборота	158,7	118,2	127,2	117,7%
Оборот общественного питания	8,15	118,0	8,3	124,5
Объем бытовых услуг	4,0	110,7	4,5	111,6

Формирование оборота розничной торговли на 83,2% обеспечено торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в стационарной торговой сети (вне рынка), в т. ч. 29,5% - крупными и средними предприятиями.

Формирование объема бытовых услуг на 82,9 процента обеспечено субъектами малого предпринимательства, 17,1 процента – крупными и средними предприятиями.

Торговля и бытовое обслуживание в Ставропольском крае, с одной стороны, получают все большее экономическое развитие, а с другой стороны, уровень развития их инфраструктуры еще недостаточен для полного и всестороннего удовлетворения потребительского спроса. Годовой оборот роз-

ничной торговли в расчете на душу городского населения составляет 114,2 тысяч рублей, сельского населения – 13,8 тысяч рублей. Объем бытовых услуг соответственно 1,7 тыс. рублей и 1,1 тыс. рублей. Показатели обеспеченности торговой площадью в розничной торговле и посадочными местами в общественном питании в расчете на 1 тыс. жителей остаются ниже, чем в Краснодарском крае и Ростовской области. Показатели обеспеченности в расчете на 1 тыс. жителей составляют: в розничной торговле 370, 0 кв. м торговой площади, в общественном питании – 33 посадочных места, при нормативе 45 мест.

В крае характерной особенностью организации и развития розничной торговли и общественного питания является крайне неравномерное присутствие различных их форм в муниципальных образованиях.

Показатели развития потребительской кооперации края демонстрируют позиции, далекие от тех, которые этот сегмент потребительского рынка занимал до 1991 года. Если в 1990 году потребительская кооперация являлась практически единственной системой, обслуживающей сельское население края, то в настоящее время удельный вес ее товарооборота в общем объеме оборота Ставропольского края составляет всего лишь 0,78 процентов (розничный товарооборот в 2007 году составил 1,24 млрд. рублей). Из 3040 магазинов, действовавших в 1990 году, сегодня функционирует всего 880 объектов торговли, 140 – общественного питания, 10 рынков, 9 предприятий кооперативной промышленности.

В потребительской кооперации наблюдалось ежегодное снижение объема продаж, спад производства, недостаток собственных оборотных средств.

Современное состояние торговли и общественного питания потребительской кооперации края сложилось под воздействием общеэкономических факторов России и внутри кооперативных изменений. В упущении инициативы потребительской кооперации в торговом обслуживании сельского населения сыграли роль как объективные обстоятельства – выход на сельский потребительский рынок сельскохозяйственных товаропроизводителей, акционерных обществ, индивидуальных предпринимателей, так и субъективные причины – просчеты в менеджменте потребительской кооперации, недостаточная готовность к работе в условиях рыночной экономики.

Высокая насыщенность краевой торговой сети продуктами питания и непродовольственными товарами, в основном, сформирована за счет ввоза в край товаров из-за его пределов. До 1992 года в крае объем производства продовольственных товаров превышал объем розничной реализации продтоваров населению края, то есть степень обеспечения товарооборота продовольственными товарами за счет собственного производства превышала 100%, сегодня она составляет только 38%, а степень обеспечения непродовольственными товарами гораздо ниже.

В 2007 году объем ввозимых потребительских товаров крупными и средними предприятиями из краев и областей Российской Федерации составил 27,5 млрд. рублей, или 124,3% к уровню 2006 года. Продовольственных

товаров поставлено в край на 9,7 млрд. рублей, что на 9,3% больше предыдущего года.

Проблемами, сдерживающими развитие и эффективное функционирование потребительского рынка края, являются: низкий уровень развития инфраструктуры рынка пищевых продуктов, недостаточность удовлетворения спроса различных групп населения на качественные и безопасные продукты, низкий уровень качества, безопасности и конкурентоспособности пищевых продуктов, а также отсутствие эффективного контроля за качеством производимых в Ставропольском крае пищевых продуктов, за режимом ввоза недоброкачественных пищевых продуктов в край. Из числа проинспектированных не отвечают требованиям стандартов более 30% продовольственных товаров, причем 80% из них завезены из-за пределов края.

Особо остро проблема качества товаров, распространения контрафактной и фальсифицированной продукции свойственна сфере неорганизованной торговли, что ставит вопрос о необходимости более активных мер по пресечению несанкционированной торговли в крае.

На потребительском рынке сосредоточен значительный объем теневого оборота, резко снижающего потенциал его развития.

Рост звенности товародвижения, т.е. длины пути товара, сопровождается ростом цен реализации.

На потребительском рынке края наблюдаются диспропорции в развитии отдельных звеньев торговой системы (оптового, розничного и общественного питания), не организован сбор и переработка картонной тары (влияет на рост издержек обращения), информационного обеспечения торговли, недостаточная квалификация работников потребительской сферы для обеспечения высоких темпов роста конкурентоспособности организаций.

Сектор торговли и бытового обслуживания со средними (умеренными) ценами и качеством товаров и услуг развит недостаточно. Особо остро проблема ценовой доступности влияет на малообеспеченных жителей края, а также жителей имеющих фиксированные и низкие доходы. Не в полной мере решена проблема по социальной поддержке малообеспеченных слоев населения, улучшению условий обслуживания инвалидов и ветеранов ВОВ, пенсионеров, других льготных групп населения. Не на должном уровне находится организация питания учащихся в образовательных учреждениях края.

Одной из основных причин, сложившегося положения, является несовершенная нормативно-правовая база, регулирующая вопросы потребительского рынка.

Основными проблемами в сфере бытовых услуг являются:

Отсутствие «доступности» и низкое качество бытовых услуг в сельской местности из-за невысокого уровня жизни на селе.

Значительное сокращение объемов бытовых услуг выездной формы, что лишило жителей ряда социально-значимых бытовых услуг по месту жи-

тельства. Более 230 тысяч жителей села в 144 населенных пунктах не могут на месте получить ни одной услуги.

Недостаток квалифицированных кадров в сельской местности Ставропольского края, что связано в том числе и с ослабленным вниманием органов местного самоуправления муниципальных образований к проблеме обучения и повышения квалификации работников для сферы бытовых услуг, закреплению их на селе.

Низкая платежеспособность основной массы населения (особенно на селе), рост кредитных ставок, недостаточное предоставление льготных тарифов и финансовой поддержки, что не позволяет предприятиям бытового обслуживания развивать и обновлять производственную базу, быть рентабельными.

Таким образом, развитие сферы бытового обслуживания в целом по краю и, в первую очередь, в сельской местности, требует постоянного внимания со стороны органов местного самоуправления муниципальных образований края.

Особенность развития потребительского рынка предстоящего периода – продолжение экономического кризиса. Для смягчения воздействия кризиса и дальнейшего выхода из него требуется не только поддержка производства, но и стимулирование потребительского спроса путем не удешевления, а удорожания рабочей силы и перехода к техническому перевооружению производства. При этом необходимо учитывать мировой опыт лечения кризиса, который базируется на увеличении товарооборота. В условиях кризиса более сильные позиции не у тех стран и регионов, где могут производить много товаров, а там, где существуют мощные рынки, и есть возможность сбыта продукции.