ХГАЭП ХГАЭП ХГАЭП ХГАЭП ХГАЭП ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ ХГАЭП ХГАЭП ХГАЭП ХГАЭП ХГАЭП

***УДК 339.1***

***О.Н. Зыкова,***

***доцент кафедры экономики и управления на предприятиях***

***(торговли и общественного питания)***

***торгово-технологического факультета***

***Хабаровской государственной академии экономики и права***

Значение развития инфраструктуры торговли

*The study of issues related to the development of retail trade network and the provision of population with it is very relevant, because until now there was no universal methodology to determine the area norms for trade enterprises. Regional administrations used very old trade area norms in the trade area, established in the Soviet period. Scientific researches, devoted to this issue, contain a variety of methods and do not have a unified approach to determine a rational size of trade area for various regions and to ensure the profitability of commercial enterprises.*

***Keywords:*** *retail trade network, trade facilities, trade area, profitability of trade enterprises.*

Торговля является одной из крупнейших отраслей экономики любой страны как по объёму деятельности, так и по численности занятого в ней персонала, а предприятия этой отрасли являются наиболее массовыми. Деятельность торговых предприятий связана с удовлетворением потребностей каждого человека, подвержена влиянию множества факторов и охватывает широкий спектр вопросов организационно-технологического характера. Решение задач, связанных с удовлетворением спроса потребителей, требует от торговли не только усилий, направленных на реализацию произведённой стоимости, но и выполнения сложного комплекса мероприятий, обеспечивающих продвижение товаров от производителей к потребителям. Выполнение специфических функций определяет роль и место торговли в рыночной экономике. Важнейшими функциями торговли являются:

– реализация произведённой потребительской стоимости (товаров), тем самым создание экономической предпосылки воспроизводства совокупного общественного продукта и осуществление связи производства с потреблением;

– доведение предметов потребления до потребителей, организация пространственного перемещения товаров от производителей к потребителям, осуществление при этом ряда операций по продолжению процесса производства в сфере обращения (транспортировка, хранение, фасовка);

– поддержание баланса между предложением и спросом с оказанием активного воздействия на производство в части объёма, ассортимента и качества выпускаемой продукции;

– сокращение издержек обращения в сфере потребления (затрат времени покупателя на приобретение товаров) путём совершенствования технологий продаж, информационных услуг;

– функции, обусловленные концепцией маркетинга: разработка товаров, рыночные исследования, ценообразование, создание служб сервиса. Торговля, выполняя функции, связанные с осуществлением актов купли-продажи, представляет собой совокупность специфических технологических и хозяйственных операций, направленных на обслуживание процесса обмена.

Обособление торговли в отдельную отрасль экономики связано с общественным разделением труда и выделением торгового капитала как части промышленного капитала, что обусловлено стремлением к более эффективному использованию имеющихся ресурсов. Основной социальной целью развития торговли является предоставление потребителям широкого ассортимента качественной продукции по доступным ценам.

Вследствие глобализации и интернационализации экономики, а также роста доходов населения повышаются требования потребителей к качеству предоставляемых услуг, ассортименту и качеству реализуемой продукции.

Доля расходов населения на потребительские товары, согласно международному опыту, может достигать почти 70 %.

Рисунок 1 – Доля расходов в розничных каналах торговли

от общих расходов населения

Изучение вопросов, связанных с развитием розничной торговой сети и обеспеченностью в ней населения, является весьма актуальным, так как до последнего времени не существовало единой методики по определению нормативов в площади торговых объектов. Администрации регионов руководствовались нормативами в торговой площади, установленными ещё в советский период, которые давно устарели. Научные разработки по этому вопросу содержат различные методики и не имеют единого подхода по определению рационального размера торговых площадей для различных регионов и обеспечения доходности торговых предприятий. С принятием Правительством РФ постановления от 24 сентября 2010 г. № 754 «О правилах установления нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов» назрела острая необходимость провести всесторонний анализ развития розничной торговой сети в каждом регионе.

В настоящее время недостаток торговых площадей компенсируется за счёт продовольственных и непродовольственных рынков, которых на сегодня в г. Хабаровске насчитывается 14. Однако это не решает в полной мере проблему обеспеченности населения торговыми площадями. Это особенно проявляется в часы «пик» и праздничные дни. Недостаток торговых площадей приводит к скученности, очередям, тесноте в магазинах, сказывается на качестве торгового обслуживания. Рынок розничной торговли в г. Хабаровске в настоящее время претерпевает серьёзные изменения. Некоторое время назад заявили о себе многие розничные сети, появляющиеся на хабаровском рынке. В течение последних двух лет заметно укрепили свои позиции такие сети, как ОАО «Народная компания», ООО «Невада-Восток», ООО «Три Толстяка», ООО «Супер Гуд». Перечисленные выше сети составили серьёзную конкуренцию мелким форматам розничной торговли г. Хабаровска, в частности ранее распространённым форматам торговли «магазин на каждый день», «магазин рядом с домом». В сложившейся ситуации магазины ищут пути противостояния крупным сетям города Хабаровска. Многие магазины, ведущие свою деятельность, морально устарели, так как создавались в период острого дефицита товаров и на сегодняшний день представляют собой розничную торговлю под крышей. Это торговый центр «Сингапур», занимающий здание бывшей швейной фабрики, где отсутствует какая-либо товарная специализация, Международный торговый центр и др. В течение ближайших двух лет розничные сети будут нацелены на географическую конкуренцию (строительство новых торговых объектов с наиболее выгодным расположением). Проведённый анализ позволил детально представить состояние и развитие розничной торговой сети города и наметить основные пути её развития. Несмотря на отдалённое географическое положение Хабаровска от столицы России Москвы, наш город имеет ряд преимуществ. Здесь находится первый аэропорт международного значения, железнодорожные пути, река Амур, благодаря которой Хабаровск поддерживает деловую активность с Китаем и Японией. Эти и другие факторы позволят и в дальнейшем развиваться розничным торговым сетям.

Розничная торговля в своём развитии проходит через несколько этапов, каждый из которых имеет особенности и факторы успеха, характеризуется различными темпами роста, характером и степенью предоставляемых услуг. Так, например, доля современных форматов торговли в общем розничном обороте широко варьируется от страны к стране. В наиболее развитых странах она превосходит 70 %. В мировой розничной торговле возрастает роль продаж через Интернет, но уровень проникновения интернет-торговли ещё не очень велик и существенно различается между странами. В наиболее технологически развитых странах, характеризующихся небольшой площадью территории и высокой плотностью населения, доля интернет-торговли достигает 5 %.

Рисунок 2 – Доля современных форматов торговли в обороте продовольственной розницей

Рисунок 3 – Доля современных форматов торговли в обороте

непродовольственной розницей

Рисунок 4 – Доля интернет-продаж в общем обороте розничной торговли

Во многих регионах торговля вносит существенный вклад в муниципальные и региональные бюджеты.

В последние годы в Российской Федерации наблюдается рост общего числа торговых объектов как в продовольственной, так и в непродовольственной розничной торговле. При этом низкая динамика роста количества торговых объектов (1,0 – 3,6 % в год) компенсируется более активным увеличением площадей современных форматов торговли.

Развитие современных форматов торговли очень неоднородно по территории России. Например, на долю Москвы и Санкт-Петербурга приходится 46 % современных торговых площадей России, на долю оставшихся жителей, которые составляют 75 % населения страны, приходится всего 24 % площадей современных торговых центров.

В то же время отдалённые и труднодоступные территории Российской Федерации зачастую характеризуются острым дефицитом и даже полным отсутствием торговых площадей. С ростом оттока молодого населения они становятся всё менее привлекательными для развития торговли, что в конечном итоге приводит к закрытию существовавших там магазинов и, как следствие, сокращению обеспеченности жителей даже товарами первой необходимости. По оценкам экспертов, доля населения в Российской Федерации, не имеющего свободного доступа к торговым точкам на территории своего поселения, составляет около 5 %.

В розничной торговле г. Хабаровска в данный момент работают более 2 тыс. предприятий стационарной розничной сети. Из них 97 % имеют негосударственную форму собственности. На долю супермаркетов, торговых домов, мини-маркетов, торговых центров приходится около 56 % оборота продаж, фирменная и специализированная сеть занимает 15 %, магазины смешанного типа – 4 %, обычные магазины – 25 %.

Статистика фиксирует отток покупателей с вещевых, смешанных и продовольственных рынков. Так, если в 2009 г. доля продаж на рынках составляла 18,9 % от всего оборота розничной торговли, то уже в 2010 г. этот показатель снизился до 15,6 %. Это положительная тенденция для предприятий, использующих современные технологии. Население города отдаёт предпочтение стационарным предприятиям торговли, которые могут обеспечить надлежащие условия хранения и реализации товаров, а также высокий уровень обслуживания. Кроме того, многие стационарные предприятия оказывают дополнительные услуги.

Несмотря на экономический кризис и замедленный рост доходов населения, местные торговые предприятия продолжают развиваться и привлекают в Хабаровск розничные сети из других регионов и свободный капитал. Здесь работают сети магазинов компаний «Эльдорадо», «Л’этуаль», «Спортмастер», «Евросеть» и многие другие.

В 2009 г. оборот розничной торговли в г. Хабаровске составил 80,9 млрд руб., что в сопоставимых ценах на 16,6 % больше по сравнению с 2008 г., а в 2010 г. – лишь на 12,8 %. По сравнению с 2008 г. количество торговых предприятий в 2009 г. увеличилось на 5,8 %, однако следует отметить, что в 2010 г. темпы их роста несколько снизились и составили 2,27 %. В дальнейшем эти два показателя имеют тенденцию к уменьшению, потому что открывается всё меньшее количество торговых предприятий в связи с усиливающейся конкуренцией.

Наличие предприятий розничной торговли на территории города Хабаровска за 2007 – 2010 гг. показано в таблице 1.

Таблица 1 – Наличие объектов торговли в г. Хабаровске

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2007 г. | 2008 г. | 2008 г. к 2007 г. (%) | 2009 г. | 2009 г. к 2008 г. (%) | 2010 г. | 2010 г. к 2009 г. (%) |
| Объекты торговли (ед.) | 2 011 | 2 162 | 107,50 | 2 289 | 105,87 | 2 352 | 102,27 |
| Торговая площадь (тыс. м2) | 292,7 | 361,5 | 123,50 | 392 | 108,43 | 430 | 109,69 |
| Рынки (ед.) | 14 | 14 | 100,00 | 14 | 100,00 | 13 | 92,86 |
| Количество торговых мест | 7 196 | 7 196 | 100,00 | 7 244 | 100,67 | 7 809 | 107,80 |

Максимальный прирост объектов розничной торговли отмечен в 2008 году. Это произошло за счёт открытия новых торговых предприятий. В этом же году произошло резкое увеличение торговой площади на 68 тыс. м2, что свидетельствует об открытии более крупных предприятий. С 2007 г. по 2010 г. прослеживается замедление темпов роста объектов торговли и торговой площади. Так, за 2010 г. прирост торговых предприятий составил 63 единицы, а торговой площади – 38 тыс. м2. К 2010 г. в г. Хабаровске насчитывается 14 розничных рынков, но администрация надеется уменьшить это число в течение нескольких ближайших лет. Структура сети г. Хабаровска представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Структура торговых предприятий города Хабаровска на 1 января 2011 года

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Кол-во (ед.) | Торговая площадь (м2) | Удельный вес (%) |
| Всего объектов торговли | 2 289 | 392 154 | 100 |
| В том числе: |  |  |  |
| – продовольственные | 849 | 72 830 | 37,1 |
| – непродовольственные | 1 309 | 219 600 | 57,2 |
| – смешанные | 131 | 99 724 | 5,7 |

На долю непродовольственной торговли приходится 57,2 % от общего числа магазинов. Более 300 объектов торговли осуществляют продажу товаров методом самообслуживания. Продовольственные магазины занимают 37,1 % в общем числе магазинов. Доля смешанных – 5,7 %, но по количеству площади они превосходят продовольственные магазины почти на 30 тыс. м2, так как чаще всего магазины со смешанным ассортиментом являются супермаркетами с площадью около 300 – 400 м2.В целях улучшения обеспечения жителей услугами торговли дополнительно к стационарной сети в городе работает нестационарная торговая сеть – 983 специализированных киоска и около 600 объектов сезонной торговли. Чтобы понять востребованность сезонной торговли, отметим, что на участие в конкурсе поступает свыше 2000 заявок.

Размещение сезонных объектов торговли позволяет ежегодно на 6 месяцев создать около 2000 дополнительных рабочих мест. Кроме того, остаются востребованными покупателями и 14 розничных рынков города. При этом ежегодно по рекомендации администрации города более 300 бесплатных мест предоставляется пенсионерам для продажи излишков сельхозпродукции. При необходимости таких мест может быть предоставлено больше. В целях повышения качества обслуживания жителей управляющие рынками компании в настоящее время проводят мероприятия по реконструкции и модернизации рынков, и до 1 января 2013 г. эти мероприятия должны быть завершены. Одним из показателей, характеризующих качество жизни горожан, является обеспеченность населения торговыми площадями. Хотя наибольшее количество торговых площадей приходится на жителей Центрального округа, именно от жителей этого округа в администрацию города поступают обращения на отсутствие продовольственных магазинов на «красной линии». Это связано с тем, что действующее законодательство не предусматривает сохранение профиля объектов торговли и общественного питания в случае смены собственника помещений. Соотношение размещения объектов торговли по округам города представлено в таблице 3. По состоянию на 1 января 2010 г. торговая площадь объектов торговли составила 392,2 тыс. кв. м.

Анализ дислокации объектов торговли показывает неравномерность размещения их по округам города.

Таблица 3 – Размещение объектов торговли по округам г. Хабаровска на 1 января 2011 года

|  |  |
| --- | --- |
| Округ | Объекты торговли |
| Ед./кв.м | В % |
| Центральный | 685/103 011 | 29,93 |
| Железнодорожный | 563/128 134 | 24,60 |
| Северный | 450/ 57 309 | 19,66 |
| Южный | 591/103 700 | 25,82 |
| Всего | 2 289/392 154 | 100 |

Лидирующее место занимает Центральный округ, где сосредоточено 29,9 % объектов розничной торговли. В Северном округе наименьший процент от всей торговой сети города – 19,7 %, хотя в нём проживает 141 тыс. человек, что на 60 тыс. человек больше, чем в Центральном районе. Однозначно можно сказать, что жители этого округа вынуждены ездить в Центральный округ для приобретения товаров. На 1000 жителей города в 2009 г. приходилось 584,3 м2 торговых площадей, что на 8,3 % больше, чем в 2008 году. В 2010 г. на 1000 жителей пришлось 621м2 торговой площади, что на 9,7 % больше по отношению к 2009 году. С каждым годом торговая площадь розничной сети на 1000 жителей увеличивается, и этот показатель уже больше минимального норматива обеспеченности населения торговыми площадями. Тем не менее жителям г. Хабаровска не хватает хороших продуктовых магазинов.

Динамичное развитие сферы торговли в городе стало возможным за счёт частных инвестиций. Современные тенденции развития розничной торговли определяются, прежде всего, соотношением магазинных и внемагазинных форм продажи товаров. При этом развитие магазинных форм продажи товаров должно приводить к разнообразию типов и видов розничных торговых организаций. В перспективе формы внемагазинной торговли должны остаться в виде ярмарок сельхозпроизводителей и фермерских хозяйств в продовольственной торговле, реализации изделий кустарного промысла в непродовольственной торговле. Принципиально новым видом внемагазинной формы торговли становится сетевой маркетинг, посылочная торговля и различные модели электронной коммерции. Субъектами малого предпринимательства реализовано товаров на 63,6 млрд руб., или 78,6 % от общего объёма оборота розничной торговли. Начиная с 2003 г. появилась тенденция снижения реализации товаров на рынках города. Если до 2003 г. на рынки города приходилось более 25 % оборота розничной торговли, то начиная с 2003 г. этот показатель постепенно снижался, в 2009 г. оборот розничной торговли сформировался на 81,1 % за счёт оборота торгующих организаций, и только 18,9 % товаров приобретено горожанами на рынках города. Динамика торговли продовольственными и непродовольственными товарами по г. Хабаровску на 1 января 2010 г. представлена в таблице 5.

Таблица 5 – Структура оборота розничной торговли г. Хабаровска (млрд руб.) в 2009 – 2010 годах

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2008 г. | 2008 г. к 2007 г. (%) | 2009 г. | 2009 г. к2008 г. (%) | 2010 г. | 2010 г. к2009 г. (%) |
| Оборот розничной торговли, всего | 69,4 | - | 80,9 | 116,57 | 91,3 | 112,85 |
| в том числе |  | - |  |  |  |  |
| – продажа продовольственных товаров | 39,2 | - | 46,40 | 118,37 | 52,34 | 112,80 |
| – удельный вес продажи продовольственных товаров (%) | 57 | - | 57,35 | - | 57,33 | - |
| – продажа непродовольственных товаров | 30,2 | - | 34,50 | 114,24 | 38,96 | 112,92 |
| – удельный вес продажи непродовольственных товаров (%) | 43 | - | 42,65 |  | 42,67 |  |

В 2009 г. продовольственных товаров населению продано на 46 471,7 млн руб., что в физическом объёме на 18,4 % больше уровня 2008 г., непродовольственных – на 34 464,9 млн руб., что больше на 14,2 % уровня 2008 года. В 2010 г. продовольственных товаров населению продано на 52 340 млн руб. больше, чем в 2009 году. Но темп прироста замедляется и уже составляет 12,8 % от 2009 года. Такая динамика характерна и для непродовольственных товаров, темп роста по ним составляет 12,9 % от уровня 2009 года. Эту динамику можно увидеть на рисунке 5.

Рисунок 5 – Динамика объёма розничного товарооборота

продовольственных и непродовольственных товаров в %

с 2007 г. по 2010 г. в г. Хабаровске

Оценка отдельных сегментов рынка, в которых сформировались и работают торговые сети, свидетельствует о том, что им есть за что бороться. И если в Москве, допустим, сегмент бытовой техники и электроники, по существу, уже полностью сложился, то в сегменте продовольственного ритейла и в столице, и в регионах сейчас ещё идёт фаза экстенсивного развития. По оценкам экспертов, в предстоящие 2 – 3 года только отечественные сети вложат в своё развитие примерно 3 млрд долларов. Строительство 1 кв. м современного торгового центра обходится в 800 – 1000 дол., то есть создание крупного гипермаркета будет обходиться инвестору в 30 – 40 млн долларов. На данном этапе можно выделить пять основных торговых сетей в России: «Магнит», «Пятёрочка», «Перекрёсток», «Рамстор», «О’Кей». Типы торговых сетей среди национальных операторов:

– иностранные торговые сети, открытые в России напрямую материнскими компаниями, планирующие общероссийскую экспансию;

– иностранные торговые сети, открытые в России на правах франчайзинга, планирующие общероссийскую экспансию;

– российские компании, планирующие экспансию во все регионы.

Среди локальных компаний:

– работающие в рамках одного города или региона и не планирующие экспансию во все регионы России;

– работающие в рамках одного или нескольких регионов, но не планирующие выход в столицы и другие регионы страны.

Снижение покупательской способности населения сказалось на темпах роста оборота розничной торговли и общественного питания, которые до 2008 г. в сопоставимой оценке составляли от 13 % до 19 %. Ведущая роль в удовлетворении покупательского спроса хабаровчан принадлежит организованной розничной торговли, на которую приходится более 90 % оборота. В перспективе в рамках реализации Федерального закона о розничных рынках формы немагазинной торговли должны остаться в виде ярмарок сельхозпроизводителей и фермерских хозяйств и реализации изделий кустарного промысла. Торговля является своеобразным индикатором уровня жизни населения. Так, на 1 жителя города в 2009 г. пришлось 139 тыс. руб. оборота розничной торговли, что соответственно составляет 116 % к 2008 г.; в 2010 г. – 157 тыс. руб. оборота розничной торговли на 1 жителя.

Для сведения: оборот розничной торговли на душу населения по России в 2009 г. составил 103 тыс. руб., по Хабаровскому краю – 92 тыс. рублей. Сравнение показателей развития торговли г. Хабаровска с другими городами, такими как Владивосток, Красноярск, Новокузнецк, показывает, что по темпам роста оборота розничной торговли наш город занимает 1-е место. В 2010 г., по данным Федеральной службы государственной статистики, оборот розничной торговли составил 91,3 млрд руб., что при учёте инфляционной составляющей выше показателей 2009 г. на 4,5 %. Продолжает развиваться торговая сеть. В подтверждение следует отметить, что в течение последних четырёх лет среднегодовой прирост розничной сети по г. Хабаровску составил 146 объектов, однако темпы её прироста замедлились. Данные представлены на рисунке 6.

Рисунок 6 – Динамика оборота розничной торговли и развития

розничной торговой сети в г. Хабаровске в %, от 2007 г. до 2010 года

Состояние и эффективность функционирования отрасли непосредственно влияют не только на уровень жизни населения, но и тесно связаны с деятельностью других отраслей экономики. Именно в торговле наибольшее развитие получает малый бизнес. В 2009 г. на долю малых предприятий, осуществляющих деятельность в сфере торговли, пришлось почти 79 % всего оборота розничной торговли г. Хабаровска.

В каждой группе торговых предприятий проводится различная ассортиментная и ценовая политика, предоставляется различный набор и уровень торговых услуг, разный уровень технического оснащения и оформления интерьера.

Литература

1 Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации : ФЗ от 02.06.2007 г. № 86-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

2 Об утверждении правил установления нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов : постановление Правительства РФ от 24.09.2010 г. № 754 // СПС «КонсультантПлюс».