

УДК 338.46

РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА КРУПНОГО ГОРОДА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Гатауллин Р.Ф., Байгильдина А.У., Каримов А.Г.

*ФГБУН «Институт социально-экономических исследований» Уфимского научного центра
Российской академии наук, Уфа, e-mail: albn82@mail.ru*

Настоящая статья посвящена исследованию потребительского рынка крупного города на примере г. Уфы. Произведен анализ дефиниций категории «потребительский рынок», который выявил отсутствие ее общепринятого определения. Осуществлена оценка уровня развития потребительского рынка г. Уфы, в т.ч. подробно рассмотрена ее рыночная инфраструктура, обеспеченность торговыми площадями, услугами общественного питания и бытовыми услугами. Выявлены общие (высокая зависимость потребительского рынка города от импорта; узкий ассортимент товаров отечественных (местных) производителей; низкий уровень производительности труда в сфере торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения по сравнению с развитыми странами мира; высокая дифференциация населения по доходам) и специфические (низкий уровень развития легкой и перерабатывающей промышленности республики; слабость развития оптовой торговли, отсутствие крупных оптовых и логистических центров; отсутствие современной товаропроводящей сети для местных производителей продуктов питания: интернет торговли, биржевой торговли сельскохозяйственной продукцией) проблемы функционирования потребительского рынка города. Предложен комплекс мероприятий, направленных на повышение эффективности потребительского рынка г. Уфы.

Ключевые слова: потребительский рынок, экономическое пространство, товароборот, розничная торговля, общественное питание, бытовые услуги

DEVELOPMENT OF THE CONSUMER MARKET OF THE LARGE CITY IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION OF ECONOMIC SPACE

Gataullin R.F., Baygildina A.U., Karimov A.G.

*FGBUN «Institute for Social and Economic Research», Ufa Scientific Center,
Russian Academy of Sciences, Ufa, e-mail: albn82@mail.ru*

The present article is devoted to research of the consumer market of the large city, on the example of Ufa. The analysis of definitions of the category «consumer market» which revealed lack of its standard definition is made. The assessment of a level of development of the consumer market of Ufa is carried out, including its market infrastructure, security with floor spaces, services of public catering and household services is in detail considered. The general are revealed (high dependence of the consumer market of the city on import; narrow range of goods of domestic (local) producers; low labor productivity level in the sphere of trade, public catering and consumer services of the population in comparison with the developed countries of the world; high differentiation of the population according to the income) and specific (a low level of development of light and processing industry of the republic; weakness of development of wholesale trade, absence of the large wholesale and logistic centers; lack of a modern commodity distribution network for local producers of food: Internet of trade, exchange trade in agricultural production) problems of functioning of the consumer market of the city. The complex of the actions directed on increase of efficiency of the consumer market of the city of Ufa is offered.

Keywords: consumer market, economic space, commodity turnover, retail trade, public catering, household services

Потребительский рынок функционирует как одна из основных и важных составляющих территориального рыночного хозяйства. Он оказывает активное воздействие на социально-экономическое развитие муниципального образования. Являясь одним из ключевых сегментов жизнеобеспечения города, потребительский рынок участвует в формировании основ экономической стабильности и является важнейшим источником пополнения бюджета. Функционирование потребительского рынка является результатом взаимодействия объективно действующих факторов, явлений и процессов в производстве, распределении, обмене и потреблении товаров и услуг на территории. Существенное влияние на потреби-

тельский рынок оказывают глобализационные процессы, проявляющиеся в первую очередь в активном развитии сетевой торговли, электронной (интернет) коммерции; внедрении новых моделей управления бизнесом. Следует согласиться с мнением С.В. Нестеркина, считающего, что в эпоху глобализации и свободной торговли основные компоненты механизма функционирования потребительского рынка – спрос, предложение, цена и конкуренция – должны рассматриваться в рамках внутреннего и внешнего экономического пространства, так как потребительский рынок представляет собой пространственное поле реализации товарно-денежных отношений [5]. При рассмотрении ситуации на примере г. Уфы

можно видеть, что на состояние торговли и потребительского рынка города существенное влияние оказывают следующие тенденции глобального характера: активное развитие сетевых структур, становление сетевой экономики (в последние 2–3 года в Уфе начали работать «МЕТРО Кэш-энд-Кэрри», «ИКЕА», «Ашан», «Леруа Мерлен», «Касторама» и др.); переход к современным форматам торговли (магазины самообслуживания), в отдельных странах Европы такие формы торговли охватывают свыше 80% от объемов продаж, в России порядка 30–40%; рост интернет-торговли (из последних тенденций следует отметить рост количества коллективных покупок, продажа членства в группах, флеш-продажи (по данным почты России число почтовых отправок из интернет магазинов в Республике Башкортостан в 2014 г. выросло в 2,7 раза и достигло 1 млн 300 тыс.); рост производительности труда в секторе торговли (при сравнении этого показателя в РФ с аналогичным показателем в других странах выявляется ещё нереализованный потенциал его увеличения до 5 раз).

Следует отметить, что, несмотря на существование определенного количества исследований данной проблемы, на данный момент не имеется общепринятого определения категории «потребительский рынок». При этом одни авторы при исследовании потребительского рынка концентрируются на выделении и описании структурных составляющих потребительского рынка [1, 4, 5], другие понимают под ним совокупность экономических отношений, возникающих между продавцами и потребителями [2, 6], третьи акцентируют свое внимание на факторах и условиях, определяющих производство и сбыт потребительских товаров [10]. На наш взгляд, в наиболее общем виде «потребительский рынок» можно определить как «территориально локализованную совокупность экономических отношений, направленных на удовлетворение потребностей населения товарами и услугами». В свою очередь потребительский рынок является составляющей потребительского комплекса, который в широком смысле понимается как совокупность отраслей и видов экономической деятельности, занятых производством товаров народного потребления и предоставлением разнообразных услуг [8]. Однако если в потребительский комплекс региона включаются все субъекты экономического оборота на территории, обеспечивающие движение товаров и услуг для населения, включая сельскохозяйственное производство, лесное хозяйство, производство и сбыт непродо-

вольственных и производственных товаров и услуг населению, то потребительский рынок включает в себя сектор внутреннего рынка товаров и услуг, где населением осуществляется купля потребительских товаров и услуг, а торговым посредником (или производителем услуги) – их продажа. Потребительский рынок выполняет важную экономическую функцию по доведению продукции потребительского комплекса до конечного потребителя – населения. В этом случае в потребительский рынок входят отрасли так называемой «контактной зоны», в которой происходит взаимодействие продавцов и покупателей товаров и услуг. В этом случае в потребительский рынок обычно включают торговлю, общественное питание и бытовое обслуживание населения. Важнейшими функциями потребительского рынка являются удовлетворение потребностей населения и других субъектов рынка в материальных благах и услугах потребительского назначения в соответствии с их доходами и потребительскими предпочтениями; согласование несопадающих интересов покупателей и продавцов на основе рыночных отношений; определение количественных и качественных характеристик спроса и предложения на потребительском рынке и регулирование цен [9].

Потребительский рынок в большей степени развит в крупных городах. Это и закономерно – чем крупнее город, тем выше в нем концентрация товаропотоков и больше потребительский спрос. При разработке стратегии и прогнозов развития потребительского рынка крупного города, каковым, безусловно, является Уфа с более чем миллионным населением, прежде всего речь идет о понимании «потребительский рынок» в «узком» смысле слова.

В развитии потребительского рынка крупного города находят свое отражение как общие закономерности, характерные для данного комплекса в целом, так и особые, определяющие особенности его формирования в том или ином населенном пункте. Среди первых мы можем выделить динамику численности населения и личных доходов. Среди особенностей – географическое положение города, уровень развития потребительского комплекса в нем, национальные особенности и т.д.

При анализе первой группы факторов, окажется, что Уфа среди городов-миллионников Российской Федерации характеризуется как имеющий большие возможности для динамичного развития потребительского рынка. В этом же направлении действует и недостаточно высокий уровень развития данного комплекса на сегодня.

Что касается географического положения города, Уфа в ближайшее время имеет все шансы остаться на обочине главных транспортных артерий страны. Так, автобан «Москва – Пекин» пройдет по окраине республики, на достаточно большом расстоянии от Уфы. В обозримом будущем не планируются через Уфу и скоростные железные дороги. Все это способно переориентировать товарные потоки в другие города.

Изменение социально-экономических условий, нарастание негативных явлений, обусловленных, нестабильной внешнеэкономической ситуацией, детерминируют необходимость совершенствования социально-экономической политики по развитию и формированию потребительского рынка. Для этой цели требуется комплексная оценка уровня его развития, на основе которой будут выявлены ключевые проблемы, характерные для потребительского рынка Уфы, определены приоритетные цели развития и направления социально-экономической политики, ориентированные на формирование потребительского рынка товаров и услуг адекватного современным условиям.

За последние 20 лет на потребительском рынке города Уфы произошли существенные структурные изменения, обусловленные процессом разгосударствления и переходом от плановой экономики к рыночной системе хозяйствования. Особенно ярко эти процессы проявились в розничной торговле, которая является одним из ключевых сегментов потребительского рынка. Кардинально изменился архитектурный облик предприятий торговли, улучшился их интерьер, значительно расширился товарный ассортимент. Появились и получили широкое распространение новые форматы торговли.

Удельный вес Уфы в объемных показателях розничного товарооборота и общественного питания Республики Башкортостан составляет – 57,7%, бытовых услуг – 62,6%. В структуре оборота отраслей потребительского рынка города 92,1% составляет оборот розничной торговли, объем реализации бытовых услуг – 4,5%, товарооборот общественного питания – 3,4%.

В городе функционируют 4965 розничных предприятий торговли, 1309 предприятий общественного питания, 2301 предприятие сферы бытового обслуживания. Рейтинг развития городов-миллионников позволяет судить о достаточно высоком уровне развития потребительского рынка г. Уфы. Так, по итогам 2014 г. среди 10 городов Российской Федерации с численностью населения более 1 млн человек по статистическим данным Уфа занимает **второе место**:

– по обороту розничной торговли;

– по индексу физического объема (оборот розничной торговли) к соответствующему периоду 2013 г.;

– по обороту розничной торговли в расчете на душу населения;

– по индексу физического объема (оборот общественного питания) к соответствующему периоду 2013 г.¹

За период с 2009 по 2014 годы оборот розничной торговли Уфы увеличился с 270,0 до 450,5 млрд руб., в 1,7 раза. Объем продовольственных товаров, реализованных торговыми предприятиями г. Уфы за период с 2009 по 2013 г. увеличился в 1,5 раза.

Ежегодный прирост розничного товарооборота по г. Уфе в среднем составляет 4% в год. Качественным показателем развития розничной торговли является оборот розничной торговли на душу населения. В 2014 году этот показатель по городу достиг 403,7 тыс. руб. на человека, что больше показателя 2009 года в 1,5 раза. Такая динамика свидетельствует о достаточно высоких темпах развития розничной торговли в городе.

Рыночная инфраструктура потребительского рынка Уфы представлена разветвленной сетью организаций торговли, число которых из года в год растет. В 2014 г. в Уфе функционировали 4965 предприятий торговли, из них 3252 магазина, 117 ТК, ТСК, ТЦ, 50 автосалонов и др. (таблица).

Обеспеченность населения г. Уфы торговыми площадями достаточно. В 2014 г. в расчете на 1 тыс. жителей города она составила 1183 кв. м (в 2009 г. – 824 кв. м), при существующем нормативе минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов 903 кв. м на 1000 жителей. Превышение норматива достигнуто в основном за счет активного строительства новых торговых объектов и передаче жилых помещений, расположенных на 1-х этажах жилых домов, в категорию нежилых, для размещения в них объектов торговли, общепита и услуг.

Рынок общественного питания г. Уфы имеет стабильную тенденцию роста. За период с 2009 по 2014 г. оборот общественного питания вырос в 1,7 раза. Оборот общественного питания в расчете на душу населения в Уфе увеличился с 9,7 тыс. руб. в 2009 г. до 15,1 тыс. руб. в 2014 г. Среди городов-миллионников Уфа по обороту общественного питания занимает четвертое место после Екатеринбург, Ростова-на-Дону, Казани. По обороту общественного питания на душу населения – третье место после Екатеринбург, Ростова-на-Дону, что свидетельствует о наличии потенциала развития данного сектора (рис. 1).

¹ Сравнение производилось с городами: Волгоград, Екатеринбург, Казань, Красноярск, Нижний Новгород, Омск, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара.

Динамика числа организаций в сфере розничной торговли г. Уфы, ед. [7]

Торговые организации	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Предприятия торговли	4188	4448	4566	4717	4825	4965
Темп роста, %	103,8	106,2	102,6	103,3	102,3	102,9
Стационарные предприятия торговли	2921	2921	3151	3255	3346	3420
Темп роста, %	103,3	0	107,9	103,3	102,8	102,2
в том числе:						
Магазины	2831	2831	3004	3096	3185	3252
Темп роста, %	102,3	0	106,1	103,1	102,9	102,1
Розничные рынки	8	8	7	2	1	1
Темп роста, %	0,53	0	87,5	28,6	50	100
ТК, ТСК, ТЦ	90	90	103	110	116	117
Темп роста, %	145,2	0	114,4	106,8	105,5	100,9
Автосалоны	–	–	44	47	44	50
Темп роста, %	–	–	–	106,8	93,6	113,6

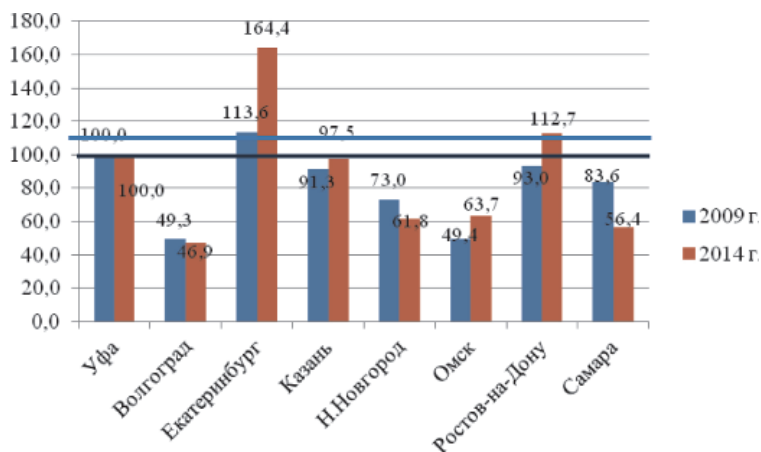


Рис. 1. Оборот общественного питания в расчете на душу населения в городах Российской Федерации с численностью населения более 1 млн чел., % от показателей Уфы (Уфа = 100%)

По состоянию на 1 января 2014 г. услуги общественного питания в г. Уфе предоставляли 1309 предприятий на 123,5 тыс. посадочных мест, в т.ч. общедоступная сеть – 663 предприятия на 40,6 тыс. посадочных мест. Обеспеченность в общедоступной сети на 1000 жителей составляет 36,6 посадочных мест, что ниже нормативного показателя (обеспеченность населения посадочными местами на предприятиях общественного питания, согласно СНиП 2.07.01-89, должна составлять 40 посадочных мест на 1 тыс. населения). Показатель обеспеченности по сравнению с уровнем 2009 г. в Уфе увеличился на 2,6 посадочных места.

Доля на рынке общественного питания предприятий общедоступной сети составляет 50,6%. В структуре предприятий общедоступной сети доля кафе составляет 35,4%, ресторанов – 17,8, закусочных (би-

стро) – 13,9, магазинов-кулинарии – 11,2, прочих – 8,5, столовых – 2,9% (рис. 2).

За период 2009 по 2014 г. число предприятий общественного питания г. Уфы увеличилось на 92 ед. (или на 7,6%), количество посадочных мест в них – на 25,9 тыс. или на 26,5%. Одновременно увеличилось число предприятий общедоступной сети на 66 ед. или на 11,1%. Увеличение числа предприятий общедоступной сети связано с ростом количества ресторанов – на 62 ед., кафе – на 48 ед., появлением магазинов-кулинарии. На 80 ед. сократилось число прочих предприятий общественного питания, закусочных (бистро) – на 25, баров – на 7, столовых – на 6 ед.

За последние шесть лет объем бытовых услуг населению увеличился 2,0 раза. В 2014 г. населению г. Уфы было оказано услуг на сумму 22,1 млрд руб., что составило 62,6% от республиканского показателя.

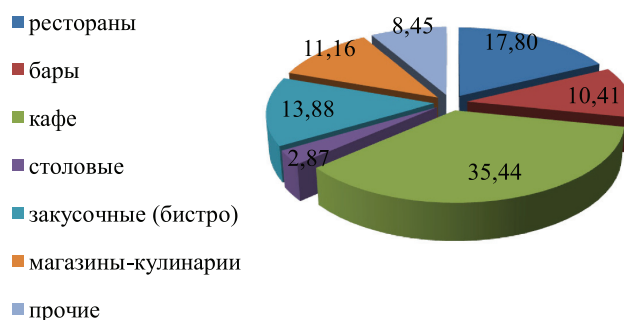


Рис. 2. Структура предприятий общедоступной сети г. Уфы в 2014 г.

В 2014 г. осуществляли свою деятельность 2301 предприятие по оказанию бытовых услуг населению. Основная доля услуг в 2014 г. приходилась на техобслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования – 32,5%, парикмахерские и салоны красоты – 22,2, прочие услуги непроизводственного характера (прием на хранение в ломбард от населения трикотажных, меховых, кожаных изделий и т.д.) – 8,7, ремонт, окраска и пошив обуви – 6,5, ремонт и пошив швейных, меховых, кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, пошив и вязание трикотажных изделий – 6,3%. При этом недостаточно развиты услуги бань и душевых, химчисток, услуги по уходу за детьми, больными, которые являются социальными значимыми.

В последнее время наиболее активно развиваются в городе услуги по изготовлению и ремонту мебели; ремонту и пошиву швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонту, пошиву и вязанию трикотажных изделий; парикмахерских, салонов красоты; клиринговые услуги и услуги по уборке помещений, по организации и оформлению праздников.

Предприятия бытового обслуживания населения размещены по территории города неравномерно. Так, в Демском районе вследствие меньшей, чем в других районах города, численности населения число предприятий существенно ниже.

Таким образом, сравнительный анализ уровня развития потребительского рынка г. Уфы свидетельствует о том, что он развивается в условиях, которые имеют общий характер для страны и специфичны для нашего города. Среди общих проблем функционирования потребительского рынка г. Уфы можно отметить:

- высокую зависимость потребительского рынка города от импорта, узкий ассортимент товаров отечественных (местных) производителей;

- низкий уровень производительности труда в сфере торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения по сравнению с развитыми странами мира;

- высокая дифференциация населения по доходам.

В числе особенностей функционирования потребительского рынка г. Уфы необходимо выделить:

- низкий уровень развития легкой и перерабатывающей промышленности республики;

- слабость развития оптовой торговли, отсутствие крупных оптовых и логистических центров;

- отсутствие современной товаропроводящей сети для местных производителей продуктов питания: интернет-торговли, биржевой торговли сельскохозяйственной продукцией.

Таким образом, анализ состояния и проблем потребительского рынка позволяет определить в качестве основной цели комплексное решение задач, ориентированных на максимальное удовлетворение спроса населения на широкий ассортимент потребительских товаров и услуг, по относительно низким ценам и в пределах территориальной доступности при гарантированном качестве и безопасности.

Достижение поставленной цели предусматривает разработку и реализацию комплекса мероприятий в рамках следующих направлений, тесно увязанных с глобальными тенденциями:

- 1) преодоление диспропорций в развитии потребительского рынка и формирование современной логистической системы города за счет:

- повышения производительности труда в сфере торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения, на основе модернизации торгово-технологического оборудования и внедрения современных технологий с применением прогрессивных методов продаж;

– увеличения в товарообороте доли продукции, соответствующей требованиям качества и безопасности, производимой и поставляемой отечественными (местными) производителями;

– развития оптовой торговли, создания крупных оптовых и логистических центров на основе частно-государственного партнерства;

2) приоритетное развитие общедоступной сети предприятий общественного питания:

– осуществление мероприятий, направленных на развитие и поддержку сети предприятий сети общественного питания, ориентированных на малообеспеченные слои населения;

– стимулирование развития сети предприятий общественного питания, опирающихся на индустриальные методы приготовления пищи, ориентированных на удовлетворение заказов и доставку до конечного потребителя;

– повышение уровня подготовки, переподготовки кадров и квалификации персонала, занятого в сфере общественного питания в соответствии с современными тенденциями развития потребительского рынка;

3) насыщение потребительского рынка города широким набором социально значимых бытовых услуг на основе:

– формирования современной инфраструктуры потребительского рынка, направленной на повышение территориальной и экономической доступности бытовых услуг для населения;

– пропорционального развития необходимых элементов сферы бытового обслуживания в муниципальных районах города;

– комплексного развития сервисов и услуг для пожилых и лиц с ограниченными физическими возможностями.

Список литературы

1. Беляевский И.К. Башина О.Э. Перспективы развития и совершенствования статистики торгового предприятия // Вопросы статистики. – 2002. – № 12. – С. 20.
2. Дегтярев Л. Социальные аспекты постсоциалистической трансформации в странах Центральной и Восточной Европы // Общество и экономика. – 2003. – № 8. – С. 130.
3. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 // Ведомости СНД и ВС РФ. 1992. № 15. Ст. 140.

4. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: Вильямс, 2003. – 356 с

5. Нестеркин С.В. Современные проблемы регионального потребительского рынка // <http://conf.susu.ru/doc/komm/nester.shtml>.

6. Новоселов А.С., Кулешов В.В. Региональный потребительский рынок. Проблемы теории и практики. – Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 364 с

7. Показатели развития торговли отрасли Городского округа город Уфа Республики Башкортостан: справочник (основные показатели за 2012–2014 годы). – С. 14.

8. Потребительский рынок города: состояние и перспективы: монография / кол. авт. под рук. В. Усковой. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2012. – 111 с. – С. 6.

9. Потребительский комплекс как основной элемент национальной экономики. – [Электронный ресурс] – режим доступа: bukvi.ru>ekonomika...potrebitejskij-kompleks-kak-osnovnoj-element-nacionalnoj-ekonomiki.html.

10. Тахумова О.В. Особенности формирования регионального потребительского рынка // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2006. – № 4(8).

References

1. Beljaevskij I.K. Bashina O.Je. Perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya statistiki torgovogo predpriyatija // Voprosy statistiki. 2002. no. 12. pp. 20
2. Degtjarev L. Socialnye aspekty postsocialisticheskoy transformacii v stranah Centralnoj i Vostochnoj Evropy // Obshchestvo i jekonomika. 2003. no. 8. pp. 130.
3. Zakon RF «O zashhite prav potrebitelej» ot 7 fevralja 1992 g. no. 2300-1 // Vedomosti SND i VS RF. 1992. no. 15. pp. 140.
4. Kotler F. Osnovy marketinga. Kratkij kurs. M.: Viljams, 2003. 356 p.
5. Nesterkin S.V. Sovremennye problemy regionalnogo potrebitelskogo rynka // <http://conf.susu.ru/doc/komm/nester.shtml>.
6. Novoselov A.S., Kuleshov V.V. Regionalnyj potrebitelskij rynok. Problemy teorii i praktiki. Novosibirsk: Sibirskoe soglashenie, 2002. 364 p.
7. Pokazateli razvitiya torgovoj otrasli Gorodskogo okruga gorod Ufa Respubliki Bashkortostan. Spravochnik (osnovnye pokazateli za 2012-2014 gody). pp. 14.
8. Potrebitejskij rynek goroda: sostojanie i perspektivy: monografija / kol. avt. pod ruk. .V. Uskovej. Vologda: ISJeRT RAN, 2012. 111 p. pp. 6.
9. Potrebitejskij kompleks kak osnovnoj jelement nacionalnoj jekonomiki. [Jelektronnyj resurs] rezhim dostupa: bukvi.ru>ekonomika...potrebitejskij-kompleks-kak-osnovnoj-element-nacionalnoj-ekonomiki.html.
10. Tahumova O.V. Osobennosti formirovaniya regionalnogo potrebitelskogo rynka // Vestnik Severo-Kavkazskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta. 2006. no. 4(8).