

НАИБОЛЕЕ ОСТРЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В Г. КОСТРОМЕ
(ТОРГОВЛЯ, ОБЩЕПИТ, ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ
НАСЕЛЕНИЮ).

- Рынок— это сфера товарно-денежного обращения и конкретных отношений и связей между производителями и потребителями товаров.
- Состав и структура потребительского рынка классифицируется:
 - по региональному признаку
 - по назначению
 - по каналам реализации

- Потребительский рынок – один из наиболее динамично развивающихся секторов экономики, основной целью которого является обеспечение территориальной и ценовой доступности широкого ассортимента качественных товаров и услуг для потребителей.
- По состоянию на 1 января 2015 года в регионе насчитывалось около 5,4 тыс. торговых объектов, суммарная торговая площадь которых более 587 тыс. кв. м, из них более 4,6 тыс. - стационарных, порядка 1 тыс. - нестационарных. В конечном счете целью развития потребительского рынка Костромской области является бесперебойное обеспечение населения качественными товарами в достаточном объеме и ассортименте по доступным ценам, формирование благоприятной конкурентной среды для участников рынка.

- общепит— отрасль народного хозяйства, совокупность предприятий, занимающихся производством, реализацией и организацией потребления кулинарной продукции.
- Услуга— результат, по меньшей мере, одного действия, обязательно осуществлённого при взаимодействии поставщика и потребителя, и, как правило, нематериальна.
- Торговля— отрасль хозяйства и вид экономической деятельности, направленный на осуществление купли-продажи, обмена товаров, а также связанные с этим процессы: непосредственное обслуживание покупателей, доставка товаров, их хранение и подготовка к продаже.

ПРОБЛЕМЫ

- Замедление темпов роста оборота розничной торговли:
- если в 2014 сравнению с предыдущим годом, то в 2015 году - только 101,9%. Сдерживающее влияние на динамику потребительского спроса оказало снижение в 4 году индекс физического объема оборота розничной торговли составил 113,8 темпов роста реальных денежных доходов населения и потребительского кредитования, увеличение склонности населения к сбережениям.
- Неравномерное распределение торговой сети:
- сохраняется значительная дифференциация по уровню развития торговли и обеспеченности торговыми площадями сельского и городского населения. Например, на долю 6 городских округов приходится около 75% торговых площадей. На долю муниципальных районов, где проживает более 40% населения Костромы приходится одна четвертая часть площадей торговых объектов. При этом отдаленные и труднодоступные территории зачастую испытывают острый дефицит торговых объектов.

- Недостаток торговых площадей :
- На сегодняшний день крупные розничные сети ежедневно захватывают все больший сегмент розничной торговли. А количество субъектов малого бизнеса стремительно сокращается, не выдерживая неравной конкуренции.
- Основная причина сокращения малого бизнеса в сфере розничной торговли – нехватка торговых площадей. Нехватка квадратных метров для торговли вызывает рост арендной платы и приводит к универсализации небольших магазинчиков. Ни о каком расширении ассортимента и соблюдении норм санитарной безопасности речи в такой ситуации идти не может.
- Диспропорция в размещении и развитии торговой инфраструктуры:
- Проводимый анализ обеспеченности населения города торговыми площадями выявил диспропорцию в обеспеченности площадями, предназначенными для реализации продовольственных и непродовольственных товаров. В условиях значительного превышения нормативов минимальной обеспеченности по площадям, предназначенным для реализации продовольственных товаров, фактический уровень обеспеченности торговыми площадями непродовольственного назначения составляет 77,5 % от нормативного.

