

ДУМА ГОРОДА ЮГОРСКА

Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

РЕШЕНИЕ

**от 18 ноября 2014 года № 75**

**О состоянии и перспективах развития**

**потребительского рынка на территории**

**города Югорска (торговля, общественное**

**питание, бытовое обслуживание)**

Рассмотрев информацию управления экономической политики администрации города Югорска о состоянии и перспективах развития потребительского рынка на территории города Югорска (торговля, общественное питание, бытовое обслуживание),

**ДУМА ГОРОДА ЮГОРСКА РЕШИЛА:**

1. Принять к сведению информацию о состоянии и перспективах развития потребительского рынка на территории города Югорска (торговля, общественное питание, бытовое обслуживание) (приложение).

2. Настоящее решение вступает в силу после его подписания.

**Глава города Югорска Р.З.Салахов**

**«18» ноября 2014 года**

**(дата подписания)**

**Приложение**

**к решению Думы города Югорска**

**от 18 ноября 2014 года № 75**

**Информация о** **состоянии и перспективах развития**

**потребительского рынка на территории города**

**(торговля, общественное питание, бытовое обслуживание)**

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» к вопросам местного значения органов местного самоуправления относится - «создание условий для обеспечения жителей города услугами общественного питания, торговли и бытового обслуживания». Данные сферы связаны между собой и их развитие направлено на удовлетворение спроса населения на потребительские товары и услуги - потребительский рынок.

Потребительский рынокпредставляет собой важнейшую часть современной экономики, играет существенную роль в решении социальных проблем, обеспечивая создание дополнительных рабочих мест. Именно здесь реализуются повседневные потребности населения, уровень удовлетворения которых, в конечном счете, определяет эффективность функционирования экономики в целом. Потребительский рынок функционирует как крупная составляющая часть единого комплекса городского хозяйства.

На протяжении последних лет потребительский рынок на территории нашего города динамично развивается.

По состоянию на 01.10.2014 в городе Югорске в сфере потребительского рынка функционирует 420стационарных объектов и 44 нестационарных.

Наибольший удельный вес в количестве объектов потребительского рынка занимает торговля - 55,8%, на бытовые услуги приходится - 30,2% и предприятия общественного питания составляют 14%.

**Торговля**

По состоянию на 01.10.2014 на территории города Югорска осуществляют деятельность 207 магазинов, 7 торговых центров, 8 оптовых предприятий, 1 универсальный розничный рынок и 44 объекта мелкорозничной торговой сети.

Основными показателями деятельности торговых предприятий являются оборот розничной торговли и обеспеченность населения объектами торговли.

Обеспеченность населения торговыми площадями является качественным показателем структуры торговой сети. В городе Югорске торговая площадь составляет 39908,5 м2. На магазины продовольственных товаров приходится 10486,9 м2, а на непродовольственные товарам –29421,6 м2.

Доля торговых площадей, занятых под реализацию продовольственных товаров составляет 26,3%, под непродовольственными - 73,7%.

Динамика изменения торговых площадей

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Специализация | 2011 год | | 2012 год | | 2013 год | | 01.10.2014 | |
| м2 | %,  2011/2010 | м2 | %,  2012/2011 | м2 | %,  2013/2012 | м2 | %,  2014/2013 |
| Всего | 27738,6 | 131,0 | 31123,7 | 112,2 | 34997,5 | 112,4 | 39908,5 | 114,0 |
| Продовольственные | 7122,3 | 116,3 | 7650,7 | 107,4 | 10256,4 | 134,1 | 10486,9 | 102,2 |
| Непродовольственные | 20626,4 | 146,7 | 23462,2 | 113,7 | 24737,5 | 105,4 | 29421,6 | 118,9 |

*Справочно:*

*Согласно постановлению Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 14.01.2011 № 8-п «О нормативах минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре» норматив обеспеченности торговыми площадями для МО г. Югорск составляет 471 м2 на 1000 жителей; из них на продовольственные товары приходится 144 м2, на непродовольственные товары 327 м2.*

В городе Югорске обеспеченность торговыми площадями значительно превышает норматив.

**Динамика изменения обеспеченностью торговыми площадями на 1000 жителей**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2011 год | | 2012 год | | 2013 год | | 01.10.2014 | |
| м2 | %  от норматива | м2 | %  от норматива | м2 | %  от норматива | м2 | %  от норматива |
| 808,9 | 171,7 | 896,9 | 188,8 | 988,5 | 209,9 | 1108,6 | 235,4 |

В городе Югорске наблюдается качественное изменение материально-технической базы предприятий отрасли – все больше магазинов переходят на использование современных методов обслуживания и новейших торговых и энергосберегающих технологий.

Ежегодно увеличивается доля предприятий торговли, отвечающих современным требованиям, так в городе Югорске доля магазинов площадью более 400 м2 от общей площади торговых объектов города составляет 64,6%, что позволяет положительно охарактеризовать развитие сферы торговли. Доля магазинов площадью от 150 до 400 м2 составляет 22,7%, от 50 до 150 -10,2%. Наименьшая доля в размере 2,5% приходится на магазины площадью до 50 м2.

На сегодняшний день небольшие магазины испытывают ряд очевидных трудностей, обусловленных появлением на потребительском рынке таких мощных конкурентов, как федеральные торговые сети. В городе Югорске доля торговых объектов, в которых осуществляют деятельность федеральные сетевые операторы, составляет 17,8% от общей площади магазинов, на долю локальных (местных) торговых сетей приходится 18,1%.

На территории нашего города функционируют и развиваются локальные торговые сети: «Добрый», «Империя вкуса», «Селена», «Каспий», «Панацея», «Строй мастер», а также региональные и федеральные торговые сети «Sela», «Оптима», «Любимый», «Керама Марацци», «Монетка», «Магнит», «DNS», «Спортмастер», «М Видео», «Золото 585», «Глория Джинс», «Парфюм Лидер», «Леди коллекшен», «Оризона». Услуги предоставляют официальные представители «Триколор», «Вианор», «Керхер» и «Вебасто».

**Анализ оборота розничной торговли**

**(в сопоставимых ценах) к предыдущему году**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2010 год | | 2011 год | | 2012 год | | 2013 год | |
| млн. руб. | % | млн. руб. | % | млн. руб. | % | млн. руб. | % |
| 3841,6 | 96,1 | 4109,4 | 107,0 | 4517,8 | 106,5 | 5034,8 | 104,6 |

Положительная динамика наблюдается и в обороте розничной торговли на душу населения города.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Оборот розничной торговли | | | | | | | |
| 2010 год | | 2011 год | | 2012 год | | 2013 год | |
| тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % |
| 115,2 | 99,7 | 123,3 | 107,0 | 135,5 | 109,9 | 150,9 | 111,4 |

В обороте розничной торговли доля реализации продовольственных и непродовольственных товаров приведена в следующей таблице:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Специализация | 2010 год,  % | 2011 год,  % | 2012 год,  % | 2013 год,  % |
| продовольственные | 54,2 | 51,7 | 51,0 | 50,5 |
| непродовольственные | 45,8 | 48,3 | 49,0 | 49,5 |

Анализ оборота розничной торговли позволяет сделать вывод, что жители города Югорска бо́льшую часть своих доходов тратят на продовольственные товары.

В целях создания условий для обеспечения жителей в весенне - летний период плодо-овощной продукцией, администрацией города Югорска, в соответствии с требованиями Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» выделено место под торговлю с автомашин сельскохозяйственной продукцией в районе ТВАГ (товарищество владельцев автогаражей) «Газовик».

В городе не значительно, но представлена оптовая торговля. На потребительском рынке города оптовую торговлю осуществляют 8 хозяйствующих субъектов.

В краткосрочной перспективе в городе Югорске построится 3 магазина общей площадью более 2 000 м2 и 1 торгово-развлекательный центр «Лайнер» общей площадью 15 000 м2 и стоянкой на 650 м/м. На 1 этаже ТРЦ будет располагаться супермаркет «SPAR», салоны сотовой связи, аптека и др. На 2 этаже – магазины одежды и обуви и на 3 этаже-кинотеатр «Премиум зал» на 3 зала 3 D, детский игровой клуб, фудкорт, спортбар, «Детский мир».

В дальнесрочной перспективе до 2035 года, согласно Генеральному плану города Югорска предлагается построить 17 продовольственных магазинов, 3 магазина смешанного ассортимента товаров, 5 торговых центров. Данное предложение обусловлено необходимостью обеспечения в радиусе доступности населения микрорайонов к данным объектам.

В связи с отсутствием сельскохозяйственного рынка на территории города Югорска, Генеральным планом предусматривается строительство сельскохозяйственного рынка.

**Общественное питание**

Предприятия общественного питания, кроме прямого назначения, служат для организации досуга населения в комфортных условиях. Это не только разнообразная кухня, современная музыка, но и дополнительные услуги (доставка на дом и в офис, услуги кейтеринга, проведение торжественных мероприятий, выезды для организации праздничных ярмарок). Руководители предприятий постоянно работают над повышением профессионального уровня поваров и обслуживающего персонала (барменов, официантов), изменением дизайна обеденных залов.

На потребительском рынке города Югорска осуществляют деятельность 65 предприятий общественного питания на 3838 посадочных мест из них 41 предприятие общедоступной сети на 1702 посадочных места.

Уровень обеспеченности жителей города посадочными местами на предприятиях общедоступной сети представлен в следующей диаграмме:

*Справочно:*

*Норматив, согласно СНиП 2.07.01-89 составляет 40 посадочных мест на 1000 жителей*.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Предприятия общественного питания общедоступной сети | Показатель обеспеченности, в расчете на 1000 жителей | | | | | | | |
| 2011 год | | 2012 год | | 2013 год | | 01.10.2014 | |
| пос.м. | %  от норматива | пос.м. | %  от норматива | пос.м. | %  от норматива | пос.м. | %  от норматива |
| 52 | 130,0 | 58,7 | 146,0 | 58,1 | 145,0 | 59,3 | 118,2 |

В 2013 году количественного изменения общедоступных предприятий общественного питания не произошло.

В 2014 году в «День города» и «День работников нефтяной и газовой промышленности» открылся ресторан «Аквамарин» на 77 посадочных мест и бар «Ля-ля-фа» на 25 посадочных мест.

Сфера общественного питания чутко реагирует на экономическую ситуацию в стране. В кризисные годы 2009 - 2010 наблюдалось снижение потребности в услугах общественного питания, а начиная с 2011 года, наблюдается уверенный рост оборота в сфере питания.

**Анализ оборота общественного питания (в сопоставимых ценах)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2010 год | | 2011 год | | 2012 год | | 2013 год | |
| млн. руб. | % | млн. руб. | % | млн. руб. | % | млн. руб. | % |
| 358,5 | 96,1 | 424,9 | 107,3 | 454,9 | 102,7 | 588,0 | 121,5 |

Положительная динамика наблюдается и в обороте на душу населения города.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2010 год | | 2011 год | | 2012 год | | 2013 год | |
| тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % |
| 10,6 | 93,8 | 12,3 | 116,0 | 12,9 | 105,1 | 16,6 | 128,4 |

Несмотря на достаточную обеспеченность посадочными местами, на территории города Югорска недостаточно развита сфера семейного, детского отдыха. Отсутствуют специализированные кафе (кафе-мороженое, кафе-кондитерская, национальная кухня), закусочные (пельменная, блинная, пончиковая и т.д.), кофейни. Развитие сети предприятий общественного питания сдерживает отсутствие площадей, отвечающих требованиям СанПиНов под их размещение.

**Бытовое обслуживание**

Насыщенность потребительского рынка предложением различных видов бытовых услуг, развитие конкуренции, повышение качества услуг, наличие благоприятных условий для развития предприятий этой сферы, а также высокая платежеспособность населения города способствуют стабильному развитию рынка в сфере бытового обслуживания населения.

Бытовое обслуживание является одной из социально значимых сфер экономики, которая обеспечивает удовлетворение потребностей населения в разнообразных видах сервисных услуг и играет значительную роль в создании комфортных условий для жизни, работы и отдыха жителей.

В настоящее время структуру отрасли бытового обслуживания населения на территории города Югорска составляют следующие виды услуг:

* ремонт и пошив швейных изделий, изделий из меха – 5,7 %;
* химчистка, прачечная – 1,8 %;
* парикмахерские услуги – 21,4%;
* услуги фотоателье – 2,9 %;
* ремонт обуви - 4,3 %;
* ремонт часов - 0,7 %;
* ремонт ювелирных изделий – 0,7 %;
* ритуальные услуги – 1,4 %;
* ремонт бытовой техники и техническое обслуживание радиоэлектронной аппаратуры – 12,1 %;
* ремонт и техническое обслуживание автотранспорта – 17,9 %;
* обслуживание коллективных антенн и домофонов 0,7%;
* услуги бань – 3,2 %;
* услуги проката 2,1 %;
* ремонт и строительство жилья и других построек – 10,0 %;
* обрядовые услуги – 2,1 %;
* изготовление рекламной продукции – 4,3 %;
* юридические услуги – 3,6 %;
* агентства недвижимости – 4,0 %;
* прочие услуги – 1,1.

Привлекательность сферы услуг парикмахерских высока. Предприниматели достаточно охотно открывают новые парикмахерские и салоны красоты в разных районах города: салон красоты «Зефир», «Кристи», «Белиссимо», «Орхидея», «Афродита», «Калибри» и «Касабланка».

Эффективную работу автотранспорта обеспечивает автосервис, основное назначение которого – сохранение потребительских качеств и физических свойств транспортных средств. Этот сектор бытового обслуживания населения динамично развивается в нашем городе.

В структуре бытовых услуг немалую долю занимает и ремонт, строительство жилья и других построек. Возрастание роли этого вида услуг объясняется целым рядом факторов. Пришел в активное движение рынок недвижимости. Значительная часть жителей, имеющая как высокие, так и средние доходы, предпочитают вкладывать деньги в недвижимость, что сопровождается расходованием средств на проведение отделочных и ремонтных работ. Многие жители желают модернизировать или усовершенствовать свое жилье.

На рынке бытовых услуг стали появляться и такие направления, как агентства недвижимости. Доступность ипотечного кредитования остается одним из основных факторов не ослабевающего спроса на недвижимость. Востребованы услуги риэлторов и агентств недвижимости.

Сегодня актуальным является изготовление рекламной продукции, так как это влияет на общественную жизнь и развитие предпринимательства. Ее позитивной стороной, безусловно, является информирование покупателей по поводу появления новых товаров и услуг, о свойствах предлагаемой продукции. Реклама активирует потребительский спрос, она предлагает покупателю возможность выбора из всех альтернативных товаров и услуг.

На протяжении последних лет замедлились темпы развития бытовых услуг.

**Анализ оборота в сфере бытового обслуживания в сопоставимых ценах**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2010 | | 2011 | | 2012 | | 2013 | |
| млн. руб. | % | млн. руб. | % | млн. руб. | % | млн. руб. | % |
| 113,1 | 105,1 | 127,0 | 101,4 | 133,9 | 101,9 | 142,5 | 100,7 |

В расчете на душу населения динамика не равномерна:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2010 | | 2011 | | 2012 | | 2013 | |
| тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % |
| 3,4 | 102,7 | 3,7 | 108,8 | 3,8 | 102,8 | 4,0 | 105,6 |

Хозяйствующими субъектами в сфере парикмахерских услуг, в целях поддержки льготных категорий населения, к которым относятся инвалиды 1 и 2 групп, ветераны Великой Отечественной войны, ветераны труда Российской Федерации, оказываются услуги по фиксированным сниженным ценам, кроме того с выездом на дом.

Анализ дислокации объектов потребительского рынка в сфере бытовых услуг показал, что наибольшее количество предприятий размещается в центральных микрорайонах города (более половины парикмахерских, пунктов по ремонту обуви и прочих услуг). Предприятия по техническому обслуживанию и ремонту автотранспорта, наоборот, базируются по окраинам города. Для равномерного распределения объектов бытового обслуживания Генеральным планом города предусмотрено размещение общественных центров с пунктами социально-бытового назначения. В конечном итоге, какие именно услуги будут представлены в тех или иных общественных центрах будет зависеть от нескольких факторов:

1. увеличения численности населения;
2. платежеспособности населения;
3. наличие неудовлетворенного спроса на определенные виды бытовых услуг.

**Проблемы и перспективы развития потребительского рынка**

По результатам анализа состояния потребительского рынка и изучение спроса и предложения товаров и услуг в городе Югорске отсутствуют такие виды услуг как:

* сервисные центры по **гарантийному обслуживанию** и ремонту бытовой техники, радиоэлектронной аппаратуры и мобильных телефонов;
* центры официальных дилеров по продаже и гарантийному обслуживанию автотранспорта;
* уборка помещений и прилегающих территорий;
* придорожный сервис.

Недостаточно представлены услуги по дизайну жилых помещений, а также ландшафта.

Недостаточно развито производство товаров народного потребления.

Отсутствует пункт по приему и переработке дикоросов.

По мнению жителей, в городе не достаточно развита сфера предоставления платных медицинских услуг узкими специалистами и лабораторных исследований.

Главной проблемой в развитии сферы потребительского рынка города является отсутствие нежилых помещений или земельных участков для строительства объектов, удобно расположенных для будущих потребителей.

Для достижения главной цели: наиболее полного удовлетворения потребностей жителей города на товары и услуги в широком ассортименте, по доступным ценам, при гарантированном качестве и безопасности, целесообразно решение следующих задач:

- дальнейшая оптимизация размещения сети объектов потребительского рынка, обеспечивающего территориальную доступность товаров и услуг в городе;

- повышение уровня квалификации, культуры обслуживания развитие кадрового потенциала путем создания системы обучения;

- развитие инфраструктуры потребительского рынка и услуг за счет привлечения инвесторов по строительству крупных современных торгово-развлекательных центров с разносторонним ассортиментом товаров и услуг в любых микрорайонах города.