

люблю товар в хорошем месте

*актуальные проблемы качества развития
товарных рынков республики Татарстан*

Потребительский рынок Республики Татарстан характеризуется стабильностью и высокой степенью товарного насыщения. Основные направления его дальнейшего развития – увеличение объемов оборота розничной торговли, общественного питания и потребительских услуг, динамичное развитие инфраструктуры отрасли и повышение качества оказываемых услуг.

Около 30% зарегистрированных хозяйствующих субъектов в республике Татарстан приходится на сферу торговли, общественного питания и потребительских услуг. По состоянию на 1 января 2005 года в отраслевом реестре числится 22667 хозяйствующих субъектов, занятых в торговле и общественном питании, и 2322 субъекта в сфере бытового обслуживания. За 2004 год их количество увеличилось на 9,7% в общественном питании и торговле и на 3,4% в сфере бытового обслуживания. Удельный вес розничной торговли и общественного питания составляет около 13% совокупного внутреннего регионального продукта республики.

В течение последних пяти лет Татарстан занимает второе место после Республики Башкортостан среди регионов Приволжского Федерального округа по темпам роста оборота розничной торговли, которая является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики республики. Сумма реализации потребительских товаров жителям республики в

Багаутдинова Н.Г.
*докт. экон. наук,
профессор,
заведующая кафедрой*

Гумеров А.В.
*канд. техн. наук, ст.
преподаватель*

Хаметова Н.Г.
*канд. экон. наук,
ст. преподаватель
кафедра
"Промышленная
коммерция
и маркетинг"
Казанского
государственного
технического
университета
им. А.Н. Туполева*

2004 году составила 118,1 млрд. руб., что на 13,3% превышает аналогичный показатель предыдущего года в сопоставимой оценке. Такая положительная динамика наблюдается практически во всех городах и районах республики. По сравнению с другими регионами Приволжского Федерального округа Татарстан находится на третьем месте по уровню денежных доходов на душу населения, уступая Самарской и Пермской областям.

На протяжении последнего десятилетия в структуре оборота розничной торговли преимущественную долю занимают продовольственные товары. В то же время, начиная с 2001 года, в структуре продаж наметилась устойчивая тенденция увеличения доли непродовольственной группы товаров. По итогам 2004 года удельный вес продовольственных товаров в общем объеме реализации составил 52,4%, непродовольственных – 47,6%. Увеличение доли последних обусловлено ростом доходов населения и может свидетельствовать о повышении качества жизни.

Необходимо заметить, что в обороте розничной торговли непродовольственными товарами отмечается ежегодное увеличение удельного веса продажи *товаров в кредит*. Наиболее успешное развитие потребительского кредитования наблюдается в городах республики, на долю которых приходится 96% всех выданных кредитов. Что касается районов республики, то здесь пока не наблюдается бурного роста популярности потребительского кредитования. Вместе с тем в настоящее время наметилась

тенденция продвижения в районы таких торговых сетей, как «Эльдорадо», «Домо», «Александр ЛТД» и других представителей торговли непродовольственными товарами, в частности бытовой техники. Позитивное развитие инфраструктуры потребительского рынка Рес-

***по сравнению с другими
регионами Приволжского
Федерального округа Татарстан
находится на третьем месте
по уровню денежных доходов
на душу населения***

публики Татарстан оказало положительное влияние на успешное выполнение программ развития отрасли в городах и районах республики. Существенно изменился и рейтинг инвестиционной привлекательности респуб-

лики. В настоящее время РТ входит в число наиболее привлекательных для инвестирования регионов России. Интерес инвесторов к значительным вложениям в торговлю республики объясняется динамичностью ее развития, стабильностью ее экономической политики и соблюдением обязательств перед инвесторами.

Министерством торговли и внешнеэкономического развития Республики Татарстан проводится большая работа по привлечению в сферу торговли иностранных компаний. Результатом этого явились инвестиции таких крупных зарубежных и российских торговых операторов, как «Рамстор» ООО «Раменка» (Турция), «ИКЕА» (Швеция), центр оптовой торговли «МЕТРО Кеш энд керри» (Германия), «Перекресток». Проводимая ими политика в регионе способствует развитию местных товаропроизводителей и реализации через сеть конкурентоспособных республиканских товаров.

Анализ развития инфраструктуры потребительского рынка республики показывает, что с приходом зарубежных и крупных российских торговых операторов произошли существенные изменения в сфере организации торговли. Конкуренция в торговле позволила намного улучшить уровень обслуживания клиентов, предоставив покупателю право выбора не только товаров, но и услуг в торговых предприятиях различного формата.

Однако, несмотря на позитивные тенденции развития, серьезной проблемой внутреннего рынка остается разрыв в развитии сферы торговли городской и сельской местности. Несмотря на то, что в сельской местности проживает четверть населения республики, доля сельско-

в обороте розничной торговли

непродовольственными

товарами отмечается

ежегодное увеличение удельного

веса продажи товаров в кредит

го оборота розничной торговли составляет не более 12% от общего объема оборота республики. Также существенны различия душевой продажи потребительских товаров между городом и селом. Сельский житель покупает товаров в 2-3 раза меньше, чем горожанин.

Такая ситуация обусловлена двумя основными причинами – низкой платежеспособностью сельского населения и удовлетворением значительной части их потребностей в продуктах питания за счет личных подсобных хозяйств. Данное обстоятельство оказывает существенное влияние на то, что торговая инфраструктура на селе развивается более низкими темпами, чем в городах. В связи с этим, важным направлением развития потребительского рынка должно стать улучшение торгового обслуживания жителей сельской местности, преимущественно за счет привлечения частного капитала. Источниками формирования товарных ресурсов являются поставки предприятий промышленности Республики Татарстан, Российской Федерации, а также импорт. С целью выявления соотношения на рынке собственной и завозной продукции министерством торговли и внешнеэкономического сотрудничества РТ проводились мониторинги по основным группам товаров. Для стимулирования деятельности республиканских предприятий в плане повышения качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции и оказываемых услуг организуются ежегодные конкурсы «Лучшие

товары Республики Татарстан».

Все это, в определенной степени, позволило довести долю республиканских товаров на потребительском рынке до 60%. Товары производства предприятий Российской Федерации составляют 28%, импортируемые – 12%.

По непродовольственным товарам ситуация

Министерством торговли

и внешнеэкономического

развития Республики

Татарстан проводится большая

работа по привлечению в сферу

торговли иностранных

компаний

несколько иная. Продукция республиканского производства занимает менее 20%, Российской Федерации – около 50% и импортируемая – порядка 30%.

В целом, Республика Татарстан за счет местного производства обеспечивает себя основными видами продовольствия. В

основном предприятия торговли завозят те товары, которые не производятся или производятся в недостаточном объеме собственными предприятиями. Среди непродовольственных товаров это традиционно ткани, телевидеоаппаратура, телефонные аппараты, электролампочки и другие. Из продуктов питания и других продовольственных товаров завозятся мясопродукты, рис, чай кондитерские и макаронные изделия, масло растительное, а также вино и коньяк.

Как известно, существует несколько основных каналов розничных продаж товаров. Среди них супермаркеты, магазины, павильоны, продовольственные и непродовольственные рынки. Именно рынки являются наиболее популярным местом для совершения покупок у большинства жителей Татарстана. Однако, сейчас ситуация несколько меняется – удельный вес рыночной торговли за прошедшие пять лет снизился с 40,5% до 19%. Все это несмотря на то, что проводится большая работа по строительству новых и реконструкции действующих рыночных комплексов. За истекшие пять лет многое сделано в плане улучшения санитарно-эпидемиологической обстановки на рынках республики.

В республике довольно успешно развивается отрасль общественного питания. По объему оборота общественного питания Республика Татарстан занимает первое место среди регионов Приволжского федерального округа.

Для столицы республики наметилась положительная тенденция по открытию концептуальных ресторанов и кафе. Сегодня потребители республики имеют возможность выбора кафе,

несмотря на позитивные тенденции развития, серьезной проблемой внутреннего рынка остается разрыв в развитии сферы торговли городской и сельской местности

в основном предприятия торговли завозят те товары, которые не производятся или производятся в недостаточном объеме собственными предприятиями

ресторанов, баров, специализирующихся на русской, татарской, европейской, японской, китайской, итальянской, французской, грузинской и кухнях других народов мира. Проблемой является отсутствие компаний организуемых выездное обслуживание населения

на качественно новом уровне. Очень популярными на сегодняшний день являются летние кафе, которые создают дополнительные рабочие места.

Как и в любом регионе России, так и в Татарстан испытывает дефицит профессионального персонала. Данная проблема особенно остро стоит в связи с празднованием 1000-летия г. Казани. Несмотря на наличие 56 профессиональных средне-специальных и высших учебных заведений, занимающихся подготовкой кадров, многие предприниматели г. Казани вынуждены отправляться в поисках профессионалов не только в Москву, но и за рубеж.

Одним из направлений решения данной проблемы является усиление практической подготовки специалистов, освоение в процессе обучения специфики будущего места работы, что позволит сократить срок адаптации работы молодых специалистов после окончания учебного заведения. Ориентация на конкретное производство как место будущей работы позволит усилить заинтересованность студентов. Отрабатываемая в вузе система управления качеством подготовки специалистов с учетом требований работодателей – потребителей «продукции» университета - позволяет оперативно реагировать на изменения требований рынка труда и готовить специалистов, в том числе для малого и среднего бизнеса.

pn