

ДУМА ГОРОДА ЮГОРСКА

Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

 РЕШЕНИЕ

**от 26 ноября 2015 года № 90**

**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**

**«26» ноября 2015 года**

**(дата подписания)**

**Приложение**

**к решению Думы города Югорска**

 **от 26 ноября 2015 года № 90**

**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.

Потребительский рынок – это объединение трех сегментов сферы обслуживания населения: торговли, общественного питания и бытового обслуживания. Данные сферы направлены на удовлетворение спроса населения.

Развитие потребительского рынка города Югорска характеризуется стабильностью, положительной динамикой, ростом ассортимента предлагаемых товаров и услуг. К положительным тенденциям, закрепившимся на потребительском рынке, относятся: рост товарооборота, увеличение количества торговых организаций, развитие новых форматов  предприятий розничной торговли, общественного питания и  бытовых услуг.

По состоянию на 01.10.2015, в городе Югорске в сфере потребительского рынка функционирует 499стационарных объекта и 35 нестационарных.

Наибольший удельный вес в сфере потребительского рынка по количеству объектов занимает торговля – 51,5%, на бытовые услуги приходится 34,5%, предприятия общественного питания составляют - 14,0%.

**Торговля**

По состоянию на 01.10.2015, в городе Югорске осуществляют деятельность 206 магазинов, 7 торговых центров, 8 оптовых предприятий, 1 универсальный розничный рынок и 35 объектов мелкорозничной торговой сети.

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

Обеспеченность населения площадью торговых объектов является качественным показателем структуры торговой сети. В городе Югорске торговая площадь составляет 41 224,3 м2, в результате обеспеченность населения в 2015 году превысила минимальный норматив в 2,4 раза и достигла 1126, 3 м2 в расчете на 1 тысячу жителей.

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2011 год | 2012 год | 2013 год | 2014 год | 01.10.2015 |
| м2 | %от норматива | м2 | %от норматива | м2 | %от норматива | м2 | %от норматива | м2 | %от норматива |
| 808,9 | 171,7 | 896,9 | 188,8 | 988,5 | 209,9 | 1102,9 | 233,5 | 1126,3 | 239,1 |

Доля торговых площадей, занятых под реализацию продовольственных товаров, составляет 25,0%, под реализацию непродовольственных – 75,0%.

Динамика изменения торговых площадей

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Специализация | 2011 год | 2012 год | 2013 год | 2014 год | 01.10.2015  |
| м2 | %, к предыдущему году | м2 | %, к предыдущему году | м2 | %, к предыдущему году | м2 | %, к предыдущему году | м2 | %, к предыдущему году |
| Всего | 27738,6 | 131,0 | 31123,7 | 112,2 | 34997,5 | 112,4 | 39706,2 | 113,5 | 41224,3 | 103,8 |
| Продовольственные | 7122,3 | 116,3 | 7650,7 | 107,4 | 10256,4 | 134,1 | 10060,0 | 98,1 | 10300,9 | 102,4 |
| Непродовольственные | 20626,4 | 146,7 | 23462,2 | 113,7 | 24737,5 | 105,4 | 29646,2 | 119,8 | 30923,4 | 104,3 |

*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 наблюдается качественное изменение материально-технической базы предприятий отрасли: все больше магазинов переходят на использование современных методов обслуживания, внедряют современные технологии продаж и обслуживания населения, а также применяют новейшие торговые и энергосберегающие технологии.

В Югорске сохраняется тенденция укрупнения торговых площадей - доля магазинов площадью более 400 м2 от общей площади торговых объектов города составляет 68,0% (для сравнения, в 2011 году этот показатель составлял 57,8 %). Доля магазинов площадью от 150 до 400 м2 составляет 19,3%, от 50 до 150 -10,2%. Наименьшая доля в размере 2,5% приходится на магазины площадью до 50 м2. Как и в 2014 году, небольшие магазины продолжают испытывать трудности, и за 9 месяцев текущего года в городе прекратило деятельность 7 магазинов (4 – непродовольственных и 3 продовольственных).

Важным фактором, влияющим на состояние потребительского рынка, является потребительское предпочтение населения. Жители города отдают предпочтение тем торговым объектам, где обеспечивается высокий сервис обслуживания покупателей, имеется удобный подъезд и стоянка для автотранспорта, а также широкий ассортимент товаров. Таким требованиям отвечают крупные торговые центры и сетевые предприятия различных форматов: гипермаркеты, супермаркеты и магазины эконом класса. В городе Югорске доля торговых объектов, в которых осуществляют деятельность федеральные сетевые операторы, составляет 23,7% от общей площади магазинов, на долю локальных (местных) торговых сетей приходится 12,5%, таких как: «Добрый», «Империя вкуса», «Селена», «Каспий», «Панацея», «Строй мастер», региональные и федеральные торговые сети представляют: «Sela», «Оптима», «Любимый», «Керама Марацци», «DNS», «Спортмастер», «М Видео», «Золото 585», «Глория Джинс», «Парфюм Лидер», «Леди коллекшн», «Аризона», «Экона», «Монетка», «Магнит», «Красное и белое» и др. Услуги представлены официальными представителями: «Триколор», «Вианор», «Керхер» и «Вебасто».

Жесткая конкуренция, существующая на рынке города, вызывает необходимость поиска новых форм привлечения покупателей: отпуск товаров со скидками при предоставлении дисконтных карт и пенсионных удостоверений, предложения по эстетическому оформлению покупок с использованием современных видов упаковочных материалов и т.д. Во многих предприятиях потребительского рынка города внедрена безналичная форма оплаты товаров и услуг.

Положительная динамика наблюдается и в обороте розничной торговли

**Анализ оборота розничной торговли**

**(в сопоставимых ценах)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2011 год | 2012 год | 2013 год | 2014 год | 01.10.2015 год |
| млн. руб. | %, к предыдущему году | млн. руб. | %, к предыдущему году | млн. руб. | %, к предыдущему году | млн. руб. | %, к предыдущему году | млн. руб. | %, к предыдущему году |
| 4109,4 | 107,0 | 4517,8 | 106,5 | 5034,8 | 104,8 | 5295,5 | 105,2 | 6022,4 | 139,8 |

**Анализ оборота розничной торговли на душу населения**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2011 год  | 2012 год | 2013 год | 2014 год | 01.10.2015 год |
| тыс. руб. | %, к предыдущему году | тыс. руб. | %, к предыдущему году | тыс. руб. | %, к предыдущему году | тыс. руб. | %, к предыдущему году | тыс. руб. | %, к предыдущему году |
| 123,3 | 107,0 | 135,5 | 109,9 | 141,8 | 104,2 | 146,7 | 103,4 | 164,5 | 157,6 |

**В разрезе видов товаров:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Специализация | 2010 год,% | 2011 год,% | 2012 год,% | 2013 год,% | 2014 год,% |
| продовольственные | 54,2 | 51,7 | 51,0 | 50,5 | 48,6 |
| непродовольственные | 45,8 | 48,3 | 49,0 | 49,5 | 51,4 |

Изменения, происходящие на потребительском рынке города Югорска в 2015 году, повлияли на объемы продаж продовольственных и непродовольственных товаров, и впервые за пять лет доля пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия, в структуре оборота розничной торговли снизилась и составляет 48, 6 %.

На данную ситуацию повлияло открытие крупных торговых центров непродовольственных товаров.

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 товарищества владельцев автогаражей «Газовик».

Во исполнение стратегии развития торговли в Российской Федерации, в части совершенствования ярмарочной торговли, администрацией города Югорска сформированы две ярмарочные площадки на прилегающих к частным торговым объектам территориях.

Ярмарочные мероприятия позволяют создать условия для обеспечения населения качественной продукцией напрямую и по ценам товаропроизводителей, минуя посредников. За 9 месяцев 2015 года на территории города проведено 12 ярмарок, 2 из которых представляли тюменские товаропроизводители. Тюменская продукция высоко востребована и популярна у югорчан.

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

К декабрю 2015 года ожидается выход на полную мощность торгово-развлекательного центра «Лайнер» общей площадью 15 000 м2 и стоянкой на 650 м/м. На 1 этаже ТРЦ будут располагаться супермаркет «Светофор», 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 краткосрочной перспективе в городе Югорске планируется открытие детского досугового центра, который расположен в городском парке «Аттракцион» общей площадью 883,6 м2. Досуговый центр будет разделен по возрастным категориям на 2 зоны: от 2-х до 5-ти лет и от 6-ти лет и старше. В данном центре планируется открытие детского кафе, игровой зоны с детскими игровыми автоматами, также планируется регулярно проводить детские дискотеки, дни рождения и другие тематические детские праздники.

В перспективе до 2035 года, согласно Генеральному плану города Югорска, предлагается строительство 17 продовольственных магазинов, 3-х магазинов 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**

Сфера общественного питания на территории города Югорска развивается медленнее, чем торговля. За 2015 году количество общедоступных предприятий общественного питания увеличилось на 2 объекта (115 посадочных мест): кафе-бар «Поляна» на 80 посадочных мест и центр детского отдыха - кафе «Теремок» на 35 посадочных мест.

По состоянию на 01.10.2015, осуществляют деятельность 70 предприятий общественного питания на 3854 посадочных мест, из них 45 предприятий общедоступной сети на 1968 посадочных мест.

Уровень обеспеченности жителей города посадочными местами на предприятиях общедоступной сети за период 2011 год – 9 месяцев 2015 года представлен в таблице:

|  |  |
| --- | --- |
| Предприятия общественного питания общедоступной сети | Показатель обеспеченности, в расчете на 1000 жителей |
| 2011 год | 2012 год | 2013 год | 2014 год | 01.10.2015 |
| пос.м. | %от норматива | 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 | 146,0 | 50,4 | 126,1 | 53,8 | 134,4 |

*Справочно:*

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

Сфера общественного питания чутко реагирует на нестабильную экономическую ситуацию в стране. Согласно статистическим данным, оборот общественного питания за 9 месяцев в сопоставимых ценах снизился на 10,6 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2011 год | 2012 год | 2013 год | 2014 год | 01.10.2015  |
| млн. руб. | %, к предыдущему году | млн. руб. | %, к предыдущему году | млн. руб. | %, к предыдущему году | млн. руб. | %, к предыдущему году | млн. руб. | %, к предыдущему году  |
| 424,9 | 107,3 | 454,9 | 102,7 | 588,0 | 120,4 | 673,9 | 104,1 | 562,1 | 89,4 |

Динамика оборота на душу населения города остается положительной, так как рассчитывается в действующих ценах.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2011 год | 2012 год | 2013 год | 2014 год | 01.10.2015 |
| тыс. руб. | %, к предыдущему году | тыс. руб. | %, к предыдущему году | тыс. руб. | %, к предыдущему году | тыс. руб. | %, к предыдущему году | тыс. руб. | %, к предыдущему году |
| 12,3 | 116,0 | 12,9 | 104,9 | 16,6 | 128,7 | 18,66 | 112,41 | 15,4 | 107,6 |

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, кафетерии с минипекарнями. В данных предприятиях можно в уютной обстановке предлагать широкий ассортимент продукции по доступным ценам. Развитие сети предприятий общественного питания сдерживает компактность города, небольшая численность населения и менталитет жителей города.

**Бытовое обслуживание**

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.

Структура отрасли бытового обслуживания населения на территории города Югорска в настоящее время сложилась следующая:

* ремонт и пошив швейных изделий, изделий из меха – 4,6 %;
* химчистка, прачечная – 1,7 %;
* парикмахерские услуги – 19,2%;
* услуги фотоателье – 3,5 %;
* ремонт обуви - 4,1%;
* ремонт часов - 0,6 %;
* ремонт ювелирных изделий – 0,6 %;
* ритуальные услуги – 2,3 %;
* ремонт бытовой техники и техническое обслуживание радиоэлектронной аппаратуры – 9,3 %;
* ремонт и техническое обслуживание автотранспорта – 13,4 %;
* обслуживание коллективных антенн и домофонов 1,74%;
* услуги бань – 2,9 %;
* услуги проката – 1,2 %;
* ремонт и строительство жилья и других построек – 11,63 %;
* обрядовые услуги – 2,3 %;
* изготовление рекламной продукции – 4,7 %;
* юридические услуги – 7 %;
* агентства недвижимости – 5,2 %;
* прочие услуги – 1,1.

Привлекательность сферы парикмахерских услуг остается на высоком уровне. Предприниматели продолжают открывать новые парикмахерские в разных районах города. Хозяйствующими субъектами, 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, в том числе с выездом на дом.

В городе стабильно функционируют автосервисы, оснащенные современным оборудованием.

В структуре бытовых услуг немалую долю занимает ремонт и строительство жилья. На протяжении нескольких лет активно развивается рынок недвижимости. Значительная часть жителей, имеющая как высокие, так и средние доходы, предпочитает вкладывать деньги в недвижимость, что сопровождается расходованием средств на проведение отделочных и ремонтных работ.

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. увеличение численности населения;
2. платежеспособность населения;
3. наличие неудовлетворенного спроса на определенные виды бытовых услуг.

**Проблемы и перспективы развития потребительского рынка**

Результаты анализа состояния потребительского рынка и изучение спроса и предложения товаров и услуг в городе Югорске в 2015 году подтверждают тенденцию, сложившуюся в 2013 – 2014 годах – в городе отсутствуют или недостаточно развиты 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;
* производство товаров народного потребления;
* прием и переработка дикоросов;
* оказание ветеринарных услуг.

В 2014-2015 годах получила свое развитие сфера оказания платных медицинских услуг: в дополнение к уже привычным услугам стоматологов, оказываются услуги таких узких специалистов, как отоларинголог, гинеколог, педиатр. По мнению жителей, таких услуг еще недостаточно.

Главной проблемой в развитии сферы потребительского рынка города является высокая стоимость арендной платы коммерческой недвижимости. Отсутствие муниципальных 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, обеспечивающая 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 различных микрорайонах города.