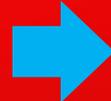


**Наиболее острые  
проблемы  
развития  
потребительского  
рынка в  
г. Костроме**

**Работу выполнили: 14-ГУ-7 «б»**

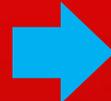
- **Рынок**— это сфера товарно-денежного обращения и конкретных отношений и связей между производителями и потребителями товаров.
- **Состав и структура потребительского рынка классифицируется:**

по региональному  
признаку



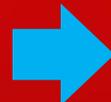
(республиканский, международный,  
европейский, областной)

по назначению



(рынок продовольственных товаров,  
непродовольственных, услуг, товаров  
культурно – бытового назначения и  
хозяйственного обихода)

по каналам  
реализации



(организованный, неорганизованный-  
стихийный).



**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.

- Торговля входит в число ведущих отраслей экономики, определяющих направление и результаты развития Костромы. Доля торговой отрасли в структуре формирования внутреннего регионального продукта составляет около 17%. Торговая отрасль является одним из лидеров по обеспечению занятости населения: в ней осуществляет свою трудовую деятельность каждый шестой работающий житель региона.
- 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.



**Общественное питание, сокр.: общепит** — отрасль народного хозяйства, совокупность предприятий, занимающихся производством, реализацией и организацией потребления кулинарной продукции.  
(ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, пиццерия, магазин — кулинария, киоск)



- **Услуга** — результат, по меньшей мере, одного действия, обязательно осуществлённого при взаимодействии поставщика и потребителя, и, как правило, нематериальна. Услуги — предпринимательская деятельность, направленная на удовлетворение потребностей других лиц, за исключением деятельности, осуществляемой на основе трудовых правоотношений.

жилищно -  
коммунальные

медицинские

образовательные

юридические

бухгалтерские

услуги в сфере  
общепита



**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.

## • **Виды розничной торговли:**

- Стационарная торговля
- Нестационарная торговля
  - Развозная торговля
  - Разносная торговля
  - Посылочная торговля
  - Интернет-торговля
- Дистанционная торговля или торговля по образцам
  - Комиссионная торговля
  - Ярмарки выходного дня
    - Рынки
  - Региональные ярмарки
- Специализированные ярмарки



# Проблемы:

## **Замедление темпов роста оборота розничной торговли:**

если в 2014 сравнено с предыдущим годом, то в 2015 году - только 101,9%. Сдерживающее влияние на динамику потребительского спроса оказало снижение 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 :

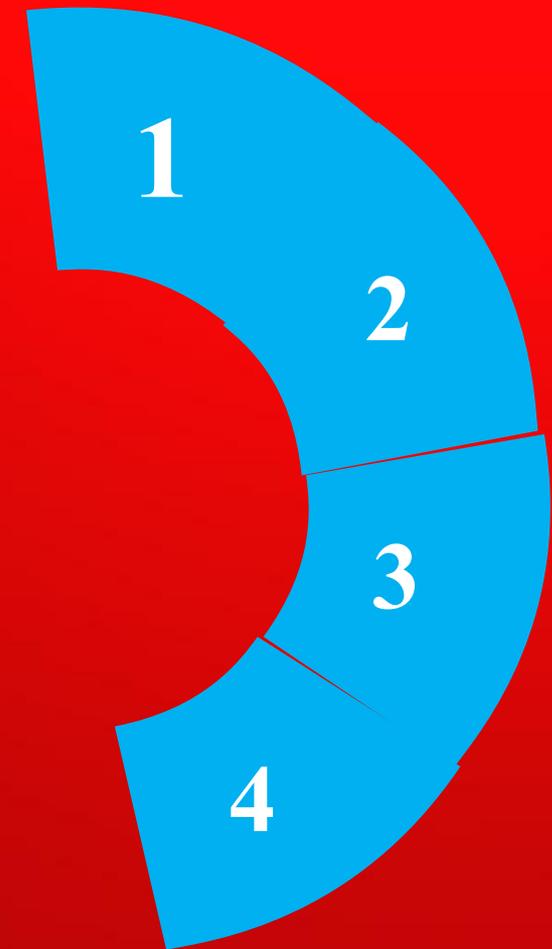
На сегодняшний день крупные розничные сети ежедневно захватывают все больший сегмент розничной торговли. А количество субъектов малого бизнеса стремительно сокращается, не выдерживая неравной конкуренции.

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.



**Спасибо за внимание!!!**

