



УДК 339.142  
ББК 65.9

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ СИСТЕМЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Е.А. Крамаренко*

В статье исследованы основные тенденции развития розничной торговли Ростовской области и выявлены проблемы развития организаций данной отрасли системы потребительской кооперации; обозначены возможные направления решения существующих проблем.

*Ключевые слова:* розничная торговля, торговая инфраструктура, организации потребительской кооперации, развитие розничной торговли системы потребительской кооперации.

Розничная торговля в последнее десятилетие является одной из самых крупных и экономически успешных отраслей российской экономики. Это обусловлено, прежде всего, ее местом и ролью как значимой части всей воспроизводственной системы экономики, обеспечивающей удовлетворение разносторонних потребностей людей. Именно в розничной торговле реализуется произведенная потребительская стоимость, связывается производство и потребление, поддерживается баланс между предложением и спросом. Предприятия данной отрасли потребительского рынка, соприкасаясь напрямую с потребителем, первыми отмечают изменения спроса, как в условиях его роста, так и при снижении, вызванные экономическими условиями, например, такими, как мировой экономический кризис. Состояние потребительского рынка в целом и розничной торговли в частности является показателем социально-экономического положения страны. Это обусловлено в первую очередь ее масштабностью и степенью влияния на экономику в целом.

В настоящее время на долю потребительских расходов приходится порядка 70 % денеж-

ных доходов россиян, при этом 55 % из них затрачивается на покупку товаров [6].

Исследуемая Ростовская область по величине формируемого розничного товарооборота входит в первую десятку субъектов Российской Федерации (8-е место). До 2009 г. оборот розничной торговли области в среднем имел более высокий темп роста, чем среднероссийский показатель, что делало регион привлекательным для развития предприятий потребительского рынка. Доля Ростовской области в обороте розничной торговли России в период с 2003 по 2008 г. увеличилась с 2,68 до 3,11 %, но в 2009 г. понизилась и составила 2,57 % [4, с. 603; 5, с. 605].

Усредненная динамика розничного товарооборота дает только общее представление о существующих тенденциях, при этом не учитывается его пространственно-территориальное распределение. Представляется интересным проанализировать распределение розничного товарооборота в расчете на душу населения в территориальном разрезе. Товарооборот в расчете на душу населения является косвенным показателем социально-экономической ситуации как в регионе в целом, так и в отдельных муниципальных образованиях. По итогам 2010 г. в Ростовской области он составил 52,7 тыс. руб. на душу населения [6].

По величине данного показателя лидируют Аксайский район (128 тыс. руб.), г. Рос-

тов-на-Дону (103 тыс. руб.), г. Волгодонск (63,4 тыс. руб.), г. Новочеркасск (63,2 тыс. руб.) и г. Каменск-Шахтинский (54 тыс. руб.). Критическое положение по товарообороту на душу населения сложилось в г. Донецке (26 тыс. руб.) и г. Новошахтинске (19,2 тыс. руб.), а также в Советском, Дубовском и Куйбышевском районах, где товарооборот в расчете на душу населения ниже 11 тыс. руб. [6]. Следует отметить, что население г. Ростова-на-Дону составляет более 1 млн человек, что более чем в 3 раза меньше, чем в Ростовской области, при этом оборот розничной торговли Ростова-на-Дону составляет 51,5 % от уровня региона в целом.

Таким образом, пространственно-территориальное распределение товарооборота розничной торговли свидетельствует о значительной асимметрии развития данной отрасли регионального потребительского рынка, что в свою очередь приводит к неравномерности спроса и предложения [8]. Учитывая незначительную разницу в среднедушевых доходах населения разных территориальных образований Ростовской области, можно предположить, что такое различие в товарообороте розничной торговли в расчете на душу населения (в 11,6 раза) может свидетельствовать об отсутствии (недостаточном количестве) предприятий данной отрасли в ряде территориальных образований региона. Сельские поселения и отдаленные территории, отдельные небольшие городские округа должна охватывать система розничной торговли потребительской кооперации, которая, собственно, и создавалась в том числе для этих целей. Розничная торговля является одним из основных и традиционных направлений деятельности потребительской кооперации. Потребительская кооперация, обладающая опытом не только торговли на территории России, но и внешней торговли, значительно утратила свою конкурентоспособность в последние годы. На территории Ростовской области в 2010 г. осуществляли деятельность 113 розничных рынков, из них 90 универсальных, 23 специализированных, в том числе 9 сельскохозяйственных. Организации потребительской кооперации осуществляют деятельность в 917 действующих розничных торговых предприятиях, в том числе 867 магазинах. Более 90 %

торговых предприятий данной системы расположены в сельской местности и должны обеспечивать товарами свыше 1 200 сельских населенных пунктов.

Товарооборот на душу населения в розничных организациях системы потребительской кооперации Ростовской области составил в 2008 г. 2 638 руб., в 2009 г. – 2 744 руб., в 2010 г. – 2 929 руб., что свидетельствует о незначительной доле товаров, приобретаемых населением через систему потребительской кооперации.

Так, фактический оборот розничной торговли в 2010 г. составил 221,4 млрд руб. и превысил уровень 2009 г. на 11,4 %, при этом оборот торгующих организаций вырос на 12,6 %, продажи на розничных рынках и ярмарках увеличились на 3,4 % [5, с. 611]. Годовой оборот розничной торговой сети потребительской кооперации составляет более чем 2,6 млрд руб. [3].

Более трети розничного товарооборота обеспечивается крупными и средними организациями (35,6 % по итогам 2010 г.). Активно функционирующие на территории области международные, федеральные и региональные торговые сети в 2010 г. формировали 38,2 % оборота розничной торговли. Ростовская область входит в число субъектов Российской Федерации с наиболее благоприятными условиями для развития сетевой торговли. Такие крупные сети, как «Метро», «Ашан», «X-5 Retail Group» («Карусель», «Пятерочка», «Перекресток»), «Магнит», «О'Кей», «Лента», «Леруа Мерлен», «Икеа», «Косторама», «Media Markt», а также ряд других компаний уже вышли на ростовский рынок, и многие из них планируют продолжать активное развитие [8, с. 44]. Организации потребительской кооперации значительно уступают по конкурентоспособности крупным розничным сетям.

Проблемы в развитии розничной торговли потребительской кооперации имеют комплексный, системный характер, что осложняет их устранение или снижение их влияния и сказывается на снабжении товарами первой необходимости значительной части сельского населения области. Поэтому одной из главных задач «Концепции развития потребительской кооперации в РФ до 2015 года» является создание мощной единой торговой

сети на базе торговых предприятий и инфраструктуры потребительской кооперации, способной конкурировать с существующими сетями и объединениями (союзами) сетей для максимального обеспечения населения продовольственными и непродовольственными товарами при высокой эффективности деятельности [1].

В настоящее время в условиях развивающейся конкуренции организациям потребительской кооперации все труднее приходится выполнять социально ориентированные функции. Основными проблемами развития организаций розничной торговли потребительской кооперации являются:

- возникновение и усиление дезинтеграционных процессов, которые приводят к ослаблению и частичной утрате экономических, транспортных, финансовых, информационных связей;
- отсутствие единой стратегии развития системы потребительской кооперации в отраслевом и региональном аспектах на основе системного и комплексного подходов;
- снижение инвестиционной привлекательности отраслей потребительской кооперации, что приводит к невозможности проведения модернизационных преобразований и внедрения новых инновационных методов управления предприятиями данной системы.

Все перечисленные проблемы не только снижают конкурентоспособность розничной торговли, но могут привести к исчезновению потребительской кооперации как единой системы и важного элемента социально-экономического механизма России. Организации потребительской кооперации в среднесрочной и долгосрочной перспективе могут полностью утратить конкурентные преимущества, основанные на масштабах и системном единстве. Организации потребительской кооперации утрачивают способность не только опережать существующие тенденции, но даже просто адаптироваться к изменениям внешней среды, начинают отставать от конкурентов. Отсутствие аккумулированных источников финансирования развития перспективных и конкурентоспособных организаций, крупномасштабных проектов тормозит формирование конкурентных преимуществ [6].

В условиях бурного развития торговых сетей на региональном потребительском рынке Ростовской области в ближайшее время может произойти вытеснение кооперативной торговли с наиболее коммерчески эффективных площадок на уровень, где существование экономически обоснованной торговли будет невозможным. Поэтому основной целью развития торговли в потребительской кооперации должно стать создание единых общероссийских кооперативных торговых сетей, имеющих региональные филиалы.

Основные направления развития розничной торговли системы потребительской кооперации могут быть сгруппированы в отдельные блоки (см. табл.).

Для развития розничной торговли потребительской кооперации в регионе необходимо наладить сотрудничество с администрацией Ростовской области, формами которого в соответствии с положениями ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» могут быть [3]:

- формирование и ведение торгового реестра, включающего в себя сведения о хозяйствующих субъектах, осуществляющих торговую деятельность, осуществляющих поставки товаров (за исключением производителей товаров), и о состоянии торговли на территории области;
- разработка схем размещения нестационарных торговых объектов на земельных участках, в зданиях (сооружениях, помещениях), находящихся в государственной или в муниципальной собственности, с учетом необходимости обеспечения устойчивого развития территорий и достижения нормативов минимальной обеспеченности населения торговой площадью;
- установление нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов;
- реализация мероприятий, содействующих развитию торговой деятельности;
- разработка и реализация долгосрочной целевой программы развития торговой деятельности в Ростовской области;
- создание системы информационного обеспечения в области торговой деятельности.

**Основные направления развития розничной торговли  
системы потребительской кооперации \***

| Направления развития розничной торговли системы потребительской кооперации | Мероприятия для достижения поставленных задач   |
|--|---|
| Формирование единой системы сетевой торговли                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Создание единого бренда торговых сетей и товаров, производимых организациями потребительской кооперации и реализуемых через кооперативную торговую сеть, единых стандартов оформления торговых объектов, обслуживания в них;</li> <li>- формирование и введение единых товарных матриц на основные группы товаров с учетом региональных особенностей;</li> <li>- создание единой логистической системы для торговой сети потребительской кооперации;</li> <li>- оптимизация транзакционных и трансформационных издержек (цен, товарных кредитов, маркетинговых и рекламных бюджетов и т. п.) за счет централизованной закупки товаров;</li> <li>- создание социально направленных розничных сетей по торговле продуктами питания, товарами повседневного спроса, а также создание аптечных киосков в отдаленных территориальных поселениях с небольшой численностью населения</li> </ul> |
| Финансовое обеспечение розничной торговли                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Объединение финансовых ресурсов для наиболее эффективной реализации проектов создания и развития кооперативной торговой сети;</li> <li>- привлечение инвестиционных ресурсов в формирование и развитие кооперативной торговой сети под государственные гарантии;</li> <li>- взаимодействие с органами государственной власти для создания и реализации на программной основе системы льгот выполняющим социальную роль кооперативным торговым предприятиям;</li> <li>- привлечение средств лояльных покупателей с использованием программ отложенного получения льгот и дисконтов</li> </ul>   |
| Повышение эффективности маркетинговой деятельности розничной торговли      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Формирование единой для всей системы потребительской кооперации России маркетинговой политики, проведение маркетинговых исследований;</li> <li>- создание единой для всей системы потребительской кооперации России системы дисконтов в торговых предприятиях потребительской кооперации;</li> <li>- привлечение пайщиков потребительской кооперации за счет дисконтных и льготных программ, в частности позволяющих реализовывать полученные кооперативные выплаты на льготной основе в магазинах торговой сети потребительской кооперации</li> </ul>   |
| Повышение социальной эффективности розничной сети                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Организация взаимодействия с органами государственной власти и местного самоуправления для повышения эффективности использования социального эффекта, создаваемого магазинами торговой сети потребительской кооперации</li> </ul>  |

\* Составлено по: [1].

Для эффективной работы в данных направлениях необходимо разработать и принять соответствующие нормативно-правовые акты на федеральном уровне, поскольку отсутствие нормативной базы является сдерживающим фактором развития кооперативной розничной торговли.

Основными приоритетами политики администрации области в сфере регулирования торговой деятельности являются:

- достижение нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов;
- повышение доступности товаров для населения;
- формирование торговой инфраструктуры с учетом видов и типов торговых объек-

тов, форм и способов торговли, потребностей населения [6].

Учитывая сложную ситуацию, сложившуюся в розничной торговле потребительской кооперации, администрацией Ростовской области принята Среднесрочная программа модернизации материально-технической базы и развития потребительских обществ [7]. Она предусматривает финансовую поддержку сельскохозяйственных кооперативов и организаций потребительской кооперации области. Представляется, что реализации этой программы вместе с предложенными мероприятиями развития розничной торговли потребительской кооперации позволят развивать рыночные механизмы, обеспечивающие рост конкурентоспособности организаций системы потребительской кооперации.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2015 года. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.doncoop.ru/about/docs/6/3>. – Загл. с экрана.
2. Оборот розничной торговли и занимаемые места по организациям Ростовского облпотребсоюза. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.doncoop.ru/totals/razv/18/7>. – Загл. с экрана.
3. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации : федер. закон РФ от 28 дек. 2009 г. № 381-ФЗ. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2009/12/30/torgovlya-dok.html>. – Загл. с экрана.
4. Ростовская область, 2008 г. : стат. сб. – Ростов н/Д : Ростовстат, 2009. – 975 с.
5. Ростовская область, 2009 г. : стат. сб. – Ростов н/Д : Ростовстат, 2010. – 981 с.
6. Состояние розничной торговли продуктами питания и другими FMCG, а также подробное описание торговой недвижимости Ростова-на-Дону и Ростовской области. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru/research/562949978807173.shtml>. – Загл. с экрана.
7. Среднесрочная Программа развития потребительских обществ Ростовской области на 2009–2012 годы. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: [www.doncoop.ru/about/docs/progr\\_ROPS\\_2009\\_2.doc](http://www.doncoop.ru/about/docs/progr_ROPS_2009_2.doc). – Загл. с экрана.
8. Семенов, С. Период реабилитации / С. Семенов // Вестник экономики. – 2011. – № 1. – С. 44–47.
9. Фетисова, О. В. Структурно-функциональная модернизация регионального потребительского рынка: монография / О. В. Фетисова, А. В. Зверев. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2011. – 206 с.

**PROBLEMS OF THE RETAIL TRADE CONSUMER COOPERATION  
OF ORGANIZATIONS IN THE ROSTOV REGION  
IN MODERN CONDITIONS**

*Е.А. Крамаренко*

The main trends in the retail trade of the Rostov region are presented and the problems of organization of the industry of consumer cooperatives are identified; the possible ways of solving the existing problems are indicated.

**Key words:** *retail, trading infrastructure, consumer cooperatives, retail development of consumer cooperatives.*