

## ЭКОНОМИКА

*Е.Н. Киселева*

### **Организация малых торговых объектов и торгово-бытовых комплексов на селе**

Реализация приоритетного национального проекта «Развитие АПК», государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» и федеральной целевой программы «Социальное развитие села» обеспечила определенное оживление сельскохозяйственного производства России. Однако слабым звеном в системе социально-экономических отношений в сельской местности остается сфера торговли и бытового обслуживания населения.

Длительное время эти отрасли экономики развивались стихийно в условиях инвестиционного голода и неплатежеспособности сельчан. Разрешение проблем социальной напряженности села в первую очередь связано с развитием предприятий торговой и бытовой направленности.

Экономический разрыв между городом и деревней обуславливает нежелание частных инвесторов развивать на селе современную торговлю и бытовую инфраструктуры, поэтому необходимы совместные рыночно-государственные модели поддержки этих социально ориентированных отраслей, оформленные в виде федеральной и региональных программ развития торговой и бытовой инфраструктуры.

Огромные потенциальные возможности заложены в потребительской кооперации на селе, сетевых технологиях торго-

вого дела, создании комплексных пунктов торгово-бытового обслуживания, технологической модернизации существующих предприятий отрасли. Высокий уровень цен на большинство предоставляемых торговых и бытовых услуг и отдаленность объектов являются главным сдерживающим фактором роста их потребления сельским населением. Формированию эффективной конкурентной среды, способствующей снижению цен и повышению качества обслуживания населения, препятствует острая нехватка предприятий торговли и бытового обслуживания сельского населения.

За годы реформ в результате массового перепрофилирования сложившаяся социальная инфраструктура была частично разрушена, новые предприятия торгового и бытового обслуживания открывались в непригодных помещениях, что привело к нерациональному и неравномерному размещению объектов в сельской местности.

Исследуя передовой зарубежный опыт в области торговли, в том числе в сельской местности, можно сделать вывод, что за рубежом наибольшее распространение получила ассоциированная торговля. Ассоциированной торговлей называют такой способ ее организации, при котором мелкие торговцы вступают в объединения с целью увеличения конкурентоспособности и рентабельности своих предприятий. Такие объединения позволяют расширить масштаб торговых операций и проводить общую торговую политику, при этом торговцы сохраняют независимость в управлении своими предприятиями.

Жизнестойкость ассоциированной торговли может рассматриваться как один из признаков динамизма мелких торговцев и их умения приспосабливаться к новым условиям. Важность этого вида торговли заметно варьируется в зависимости от страны: различные формы ассоциированной торговли особенно развиты в США и в Скандинавских странах. Во Франции ассоциированная торговля развита гораздо меньше: на ее долю приходится около 30 тыс. магазинов (не счи-

тая предприятий, работающих на условиях франшизы) и около 13% объема розничной торговли, что составляет примерно одну пятую товарооборота в мелкой и средней торговле и более одной трети товарооборота в сфере торговли продовольственными товарами.

Выделяются два типа объединений коммерсантов по признаку участия или неучастия в них оптовых торговцев: закупочные объединения розничных торговцев, в которые не входят оптовики, и так называемые системы «добровольных цепей», инициаторами создания которых выступают именно оптовики. Внутренняя организация этих двух типов объединений различна, однако выполняемые ими функции по своему характеру очень близки.

Формами организации ассоциированной торговли являются:

1. *Кооперативные объединения розничных торговцев*  
Кооперативные объединения представляют собой самый старый тип организации. Структура объединений розничных торговцев соответствует их стремлению объединить усилия в области управления коммерческой деятельностью. Обычно такие объединения имеют юридический статус кооперативов. Это означает, что все участники обладают равными правами на общих собраниях и правами на долю доходов кооператива пропорционально своему обороту, осуществляемому через объединение (так называемый возврат части платежей). В крупных объединениях, действующих в общегосударственном масштабе («Кодак», «Юнико»), существуют региональные союзы, которые помогают избежать неудобств, причиняемых излишней централизацией.

Число ассоциированных членов и рыночная доля увеличиваются быстрее в объединениях розничных торговцев, торгующих непродовольственными товарами. Подобные объединения характерны прежде всего для таких сфер торговли, в которых активность оптовиков невелика: одежда, обувь

(Объединение французских обувщиков, «Арбель» и др.), мебель («Месье мёбль»), электробытовые товары, оптика («Крис», «Оптик 2000»), книги и писчебумажные товары, спортивные товары («Ютт»), товары для отдыха («Камара» — фототовары), ювелирные изделия (Гильдия ювелиров, «Кодор»), аптечные товары;

*2. Система «добровольных цепей» (объединение розничных торговцев под эгидой оптовиков)*

Оптовые торговцы, которым угрожает как развитие компаний, владеющих сетью филиалов, так и развитие объединений розничных торговцев, разработали следующую тактику: они сами стали создавать закупочные объединения средних и мелких торговцев и руководить деятельностью розничных торговцев, вступающих в эти объединения.

Подобная система впервые возникла в 20-х годах в США. Оттуда же пришел и термин «добровольные цепи», используемый для обозначения этого типа объединений, которые представляют собой разновидность добровольной системы филиалов (фирмы, владеющие филиалами, в англоязычных странах называются chain-stores (цепь розничных магазинов).

Во Франции создание «добровольных цепей» началось в 1951 г. по инициативе местных предприятий. В 1955 г. голландская фирма «Спар» создала свою сеть магазинов. В настоящее время члены таких объединений (число их участников превышает 10 тыс.) осуществляют 6% розничных продаж (в эту цифру включены оптовики, владеющие розничными магазинами, и розничные торговцы, работающие на условиях франшизы).

Типичная структура «добровольной цепи» включает в себя ассоциацию розничных торговцев, объединение оптовых торговцев и закупочный центр.

Выживание мелких розничных торговцев благодаря их участию в таких объединениях позволяет хотя бы в минимальной степени сохранять присутствие розничной торговли в сельской местности и в тех городских кварталах, в которых

компании, владеющие системой филиалов и имеющие более высокие требования к рентабельности, закрывают свои магазины.

Такая организация розничной торговли позволяет функционировать в США торгово-бытовым комплексам в сельской местности. Крупные магазины распределены в зависимости от плотности населения (один на 3–5 сельских поселений). В таких центрах сосредоточен весь возможный ассортимент товаров и услуг для населения, благодаря чему качество жизни сельских жителей по этому критерию соответствует общенациональным стандартам США. В стране действует система стандартизации оказания услуг городскому и сельскому населению.

Вместе с тем особенности уклада сельской жизни предполагают создание и внедрение специфических методов торговли.

Организация образцовой торговли с применением достижений науки и техники, внедрением новых технологий продажи товаров способствует повышению культуры обслуживания, сокращению затрат времени на обслуживание покупателей, а значит, способствует снижению издержек потребления.

Функционирование эффективной розничной торговли на селе дает возможность предприятиям-производителям увеличивать объемы выпускаемой ими продукции, что в совокупности оказывает влияние на рост производства продукции, так как помимо того что розничная торговля влияет на расширение производства, она воздействует и на другие отрасли, работающие на потребительский рынок, в том числе на агропромышленный комплекс.

Основными направлениями развития предприятий торговли в сельской местности следует считать:

- изучение и прогнозирование покупательского спроса сельских жителей;
- изучение и выявление потребностей сельского населения в товарах и услугах;

- выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров;
- организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками товаров;
- разработка и предоставление заявок и заказов на товары;
- организация учета и контроля выполнения договорных обязательств;
- организация различных форм коммерческих расчетов с учетом особенностей расположения предприятий торговли в сельской местности;
- организация оптовых закупок на оптовых ярмарках, товарных биржах, аукционах, у изготовителей продукции, торговых посредников;
- формирование торгового ассортимента на складах и в сельских магазинах, управление запасами товаров;
- организация доставки товаров в сельские магазины с минимизацией стоимости транспортных услуг;
- организация и технология оптовой и розничной продажи товаров с учетом специфики сельской местности;
- оказание торговых и послепродажных услуг в оптовом предприятии и в сельском магазине.

Региональная система торгового и бытового обслуживания населения включает в себя торговые и бытовые объекты региона, региональный потребительский рынок, производителей потребительских товаров.

На региональную систему оказывают регулирующее воздействие такие конъюнктурообразующие факторы, как социальная, торговая и агропродовольственная политика региона.

Из-за особенностей уклада жизни сельского населения, низкой заработной платы, отсутствия рабочих мест продолжается миграция жителей сел в города. Практически отсутствует государственная поддержка торгового и бытового обслуживания в сельской местности. За годы реформ в результате массо-

вого перепрофилирования торговых предприятий на селе сложившаяся инфраструктура обеспечения необходимыми товарами продовольственного и непродовольственного назначения была частично разрушена. В некоторых муниципальных образованиях регионов отсутствуют товары не только широкого спроса, но и даже первой необходимости. Неудовлетворенным остается спрос на бытовые услуги.

Потребительская кооперация во многих регионах России утратила свою основную первоначальную функцию – закупку и перераспределение сельхозпродукции, животноводческого, лекарственно-технического сырья. Поэтому личные подсобные и крестьянские (фермерские) хозяйства сдают произведенную ими продукцию перекупщикам по низким ценам, не получая реального дохода.

Эти факторы усиливают социальное неравенство между городским и сельским населением и влияют на продолжающийся отток населения в город, снижение качества жизни сельчан (продолжительность жизни и демографию).

В настоящее время в сельской местности регионов России в большей степени распространены следующие виды торгового обслуживания:

- оптовые и розничные рынки продуктов и промтоваров;
- выездная торговля;
- сельская потребительская кооперация;
- стационарная торговля;
- магазин на дому (надомная торговля);
- торговля и оказание бытовых услуг в узлах почтовой связи.

Оптовые и розничные рынки продуктов и промтоваров пользуются популярностью у селян. Недостатками такого вида торговли является периодичность торговли (обычно раз в неделю) и ограниченный ассортимент товаров.

Хорошо зарекомендовали себя выездные автомагазины, которые направляются в отдаленные деревни, привозя про-

дукты, медикаменты как для людей, так и для животных. Этот вид торговли незаменим для отдаленных сельских поселений.

Стационарная торговля является наиболее развивающимся и перспективным видом торгового обслуживания жителей села. Однако в современных условиях стационарная розничная торговля не способна удовлетворить в полном объеме покупательский спрос в необходимом ассортименте. Торговля в таких магазинах зачастую осуществляется выборочными товарами первой необходимости.

Такие формы торговли, как магазин на дому, или надомная торговля по заказу, торговля через узлы почтовой связи, используются реже.

Считаем, что такая форма торговли, как магазин на дому, или надомная торговля по заказу, весьма эффективна для отдаленных и малонаселенных пунктов. Торговлей на дому занимаются в основном местные предприниматели без образования юридического лица, имеющие транспорт, закупающие необходимые товары в районных или областных региональных центрах. Целесообразно присоединение к снабжению сельчан товарами и почтовой связи: узлы связи во многих отдаленных от крупных районных центров селах являются и магазинами, и салонами бытовых услуг.

Магазин на селе сегодня не только место продаж и покупок, но и встреч, общения, обмена информацией, покупки книжной продукции. Сюда может приезжать фотограф, выездная парикмахерская и приемный пункт ремонта бытовой техники.

По мнению министра сельского хозяйства А.В. Гордеева, крупные торговые сети – это «экономические монстры» и «убийцы мелких торговых точек», которые берут «плату за вход», перекладывая маркетинговые затраты на плечи производителя и не сразу расплачиваясь за товар. Поэтому нужно вмешательство государства на законодательном уровне, как это сделано, в частности в Испании и Франции.



Но у относительно маленьких магазинов есть своя специфика. Можно сделать акцент на обслуживание, индивидуально подходить к каждому покупателю. Гипермаркеты лишены этой возможности и, кроме того, у крупных торговых объектов могут возникнуть проблемы с квалифицированным персоналом. Для маленьких магазинов его дефицит не так сильно ощутим.

Актуально развитие малых торговых объектов именно в сельской местности. Здесь из-за малочисленности населения гипермаркеты лишены возможности получения сверхприбылей за счет массовых продаж. Поэтому развитие торговли в сельской местности должно происходить с учетом ее специфических особенностей.

Социальная эффективность торговли характеризуется высокой способностью решать задачи по организации потребления товаров, снижению совокупных затрат на потребление за счет изучения конъюнктуры рынка, ее способности оказывать влияние на товарное предложение через свои хозяйственные связи с производителями потребительских товаров, а также на формирование спроса населения.

Необходимо отметить, что сельские торговые предприятия находятся в этой части в более выгодном положении, так как предприятия-производители многих потребительских товаров, особенно продовольственных, размещены именно на селе.

Говоря о региональной системе торгового и бытового обслуживания населения на селе, включающей и сельских товаропроизводителей, нельзя не затронуть проблемы потребительской кооперации.

Потребительская кооперация в России – важная составная часть социальной инфраструктуры села, она играет существенную роль в жизнеобеспечении сельского населения, в устойчивом развитии сельских территорий, располагая для этого материально-технической базой и кадровым потенциалом. Она обладает всеми необходимыми предпосылками, чтобы стать

действенным элементом механизма реализации государственных программ и проектов развития сельскохозяйственного производства и возрождения российского села.

В настоящее время, по оценке потребительских обществ, в среднем по стране доля потребительской кооперации в обороте розничной торговли в сельской местности составляет около 20%. Потребительская кооперация до сих пор является крупным работодателем на селе. Она обеспечивает постоянной работой свыше 300 тыс. человек. Более 25 тыс. человек привлекается на временную и сезонную работу. Около 500 тыс. владельцев личных подсобных хозяйств, а с членами семей почти 2 млн человек, обеспечиваются работой, сдавая потребительской кооперации продукцию, выращенную в подсобных хозяйствах.

По данным Центросоюза России, совокупный объем хозяйственной деятельности потребительской кооперации в 2007 году составил 173,4 млрд руб. Основная отрасль, формирующая совокупный объем деятельности системы потребительской кооперации, – розничная торговля. В 2007 году оборот розничной торговли составил 119,6 млрд руб. с ростом к 2006 году в сопоставимых ценах на 10,4%.

Активно развивается заготовительная деятельность. Так, в 2007 году кооперативными организациями закуплено 87,2 тыс. т мяса, 202 тыс. т молока, 95 тыс. т овощей. За принятую продукцию в 2007 году населению выплачено 15 млрд руб.

Кроме того, потребкооперация активно работает в сфере быта. Для оказания бытовых услуг формируется комплексная система бытового обслуживания населения, включающая дома быта в районных центрах, стационарные пункты бытового обслуживания в крупных населенных пунктах и пункты приема заказов на оказание услуг, организованные при магазинах потребительской кооперации в небольших населенных пунктах. Населению оказываются услуги по ремонту одежды, обуви, сложной бытовой техники, искусственному осеменению скота,

вспашке приусадебных хозяйств и т.д. Всего в 2007 году объем бытовых услуг, оплаченных населением, составил 532 млн руб.

Основными вопросами развития кооперации в ближайшем будущем являются совершенствование законодательной и нормативно-правовой базы, а также подготовка и переподготовка квалифицированных кадров.

На развитие сельских территорий в регионах существенное влияние оказывают сложившиеся взаимоотношения потребкооперации и руководства регионов. Основная задача – максимально использовать доходы сельских жителей, предоставив селянам качественную продукцию и набор социально-бытовых услуг. Эффект возможен только тогда, когда руководители региональных потребсоюзов станут союзниками руководства субъектов Федерации и благодаря эффективному диалогу смогут сообща решать проблемы потребительской кооперации. Применительно к нынешней экономической ситуации в России одним из приоритетных способов улучшения внутренней организации агропромышленного комплекса является расширение и углубление процессов кооперации и интеграции и создание на этой основе кооперативов и их союзов во всех сферах деятельности.

Анализ показывает, что взаимодействие между организационными формами потребительской кооперации и предприятиями агропромышленного комплекса характеризуется двумя моментами. Во-первых, расширением и углублением производственно-экономических связей сельских товаропроизводителей с организациями потребительской кооперации. Основная цель здесь состоит в обеспечении равных экономических условий участникам интеграционного процесса и согласованного развития всех технологических звеньев в производстве конечного продукта. Во-вторых, путем создания различных организационно-хозяйственных структур по производству сельхозпродукции и агросервису.

Модель потоков продукции в АПК и их динамика позволяют отчетливо увидеть функциональные зависимости элементов комплекса в процессе агропромышленного производства и взаимообусловленность внутренних связей в рамках потребительской кооперации и ее внешних связей с другими отраслями и сферами АПК.

В этой связи комплексное развитие потребительской кооперации в рамках агросферы требует совершенствования взаимоотношений таких традиционных для нее отраслей, как торговля, заготовки, переработка сельхозпродукции, бытовые услуги, кооперативная промышленность и подсобные хозяйства.

Схематически круг интересов, охватываемых потребительской кооперацией, может быть поделен на две сферы: с одной стороны, представляющие собой отрасли и направления хозяйственной деятельности, а с другой – вопросы, имеющие социальную ориентированность (таблица).

*Таблица*

### **Сферы взаимодействия потребительской кооперацией**

<b>Хозяйственная деятельность</b>	<b>Социально ориентированная деятельность</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- торговля;</li> <li>- общественное питание;</li> <li>- платные услуги;</li> <li>- производство товаров;</li> <li>- транспорт;</li> <li>- закупки сельхозпродукции;</li> <li>- сельскохозяйственное производство</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- пропаганда кооперативных принципов и ценностей;</li> <li>- обучение пайщиков, повышение их культурного уровня;</li> <li>- создание новых рабочих мест;</li> <li>- материальная и моральная помощь инвалидам, пенсионерам;</li> <li>- содействие развитию личных подсобных хозяйств населения и иных сельхозпотребителей;</li> <li>- выполнение кооперативным магазином миссии общественного центра на селе;</li> <li>- борьба с бедностью;</li> <li>- привлечение в потребкооперацию молодежи</li> </ul>

В бытовом обслуживании сельского населения выделяют девять основных отраслевых групп услуг.

### *Химическая чистка и крашение, услуги прачечных*

Химическая чистка одежды – это наиболее материалоемкое и энергоемкое производство, требующее дорогостоящего, технически сложного оборудования, применения химикатов, в основном зарубежного производства, что формирует высокую себестоимость услуг. Продолжается работа по созданию мини-прачечных и мини-химчисток, экспресс-услуг прачечных и химчисток в пунктах «шаговой» доступности.

Получают дальнейшее развитие специализированные организации химчисток и прачечных. Намечена также замена устаревших машин современными высокопроизводительными, внедрение ресурсосберегающих технологий, что позволит повысить качество услуг.

### *Ремонт и строительство жилья*

Предусматривается развитие строительства частных домов, хозяйственных построек, услуг по ремонту и улучшенной отделке квартир. Намечено принятие мер по усилению контроля и повышению ответственности организаций и индивидуальных предпринимателей за качество ремонтных и строительных работ, содействие муниципальным образованиям области в переводе домов быта на индивидуальное газовое отопление. Намечено принятие мер по улучшению содержания зданий, энергетического оборудования и подземных сетей, введение в действие перерабатывающих производств (мельниц, маслобоек, крупорушек, убойных цехов) по оказанию услуг по переработке сельскохозяйственного сырья.

### *Ремонт и пошив обуви*

Насыщение рынка обувью разнообразного ассортимента и ценовых категорий определило тенденцию к снижению спроса населения на сложный ремонт, реставрацию, окраску обуви. «На плаву» остались только мелкие предприятия по ремонту обуви, оказывающие ограниченный перечень услуг и располагающиеся в киосках, на небольших площадях, в торговых или предприятиях бытового обслуживания иного про-

филя. Прогнозируется спрос на пошив обуви нестандартных размеров и полноты из-за особенностей строения стопы, для людей с ограниченными возможностями, а также модельной обуви. Предполагается расширение предоставления таких услуг организациями частной формы собственности и индивидуальными предпринимателями. Государственная поддержка будет направлена на обеспечение качественного и доступного ремонта обуви в сельской местности.

*Ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий*

Прогнозируется увеличение спроса на пошив особо модных изделий. Намечено улучшение качества услуг, в том числе путем освоения модных моделей в салонах-ателье и мастерских в сельской местности, а также расширение услуг по пошиву изделий детского ассортимента. Увеличится производство трикотажных изделий на современных высокопроизводительных машинах, что позволит снизить их себестоимость.

*Услуги парикмахерских, услуги организаций по прокату, ритуальные и обрядовые услуги*

Предполагается расширение перечня услуг парикмахерских, в том числе в маникюрных, педикюрных и косметологических кабинетах, освоение новых видов модных причесок, применение декоративной косметики, что позволит увеличить объем услуг парикмахерских в 2,5 раза.

Получат дальнейшее развитие услуги проката, особенно для жителей общежитий, находящихся в сельской местности, также предоставление потребителям возможности выкупа предметов проката. Будет развиваться комплексное обслуживание с доставкой на дом крупногабаритных предметов проката (холодильников, телевизоров, стиральных машин). Рост услуг проката прогнозируется в 2,4 раза.

Учитывая социальную значимость и высокий уровень смертности на селе, ритуальные услуги требуют укрепления

материально-технической базы. В производстве ритуальных изделий в районных комбинатах бытового обслуживания населения намечено обновление оборудования. Проводится инвентаризация территорий областных кладбищ с выявлением неухоженных мест захоронения и с созданием электронного паспорта захоронений. За счет ресурсов, вовлекаемых в коммерческий оборот от продажи мест под захоронения, уменьшится нагрузка на областной бюджет и будут созданы условия для дополнительного финансирования сельских кладбищ.

#### *Услуги фотоателье и фотолабораторий*

Получат широкое применение компьютерно-цифровые технологии при изготовлении и реставрации фотографий и фотопортретов, что будет способствовать повышению качества и расширению ассортимента фотоуслуг.

*Ремонт и техническое обслуживание бытовой теле- и радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и бытовых приборов, ремонт и изготовление металлоизделий*

Прогнозируется рост спроса на ремонт и техническое обслуживание бытовой техники. Для улучшения качества ремонта и технического обслуживания бытовой техники крупные торговые фирмы создают по сетевому принципу центры по сервисному, абонентному и выездному обслуживанию бытовой техники, в том числе с привлечением индивидуальных предпринимателей. В сложившихся условиях наиболее эффективно будут развиваться сервисные центры, имеющие техническую базу для ремонта всего спектра бытовой техники: от кофемолки до холодильника, посудомоечных машин, телевизоров и музыкальных центров. Предусматривается сохранять льготные условия предоставления услуг для малоимущих граждан и жителей сельской местности.

*Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования*

С учетом роста спроса населения на автотранспортные средства прогнозируется увеличение спроса на услуги по тех-

ническому обслуживанию и ремонту автотранспорта. Для организации ремонта автотранспорта, особенно в сельской местности и районных центрах с численностью менее 20 тысяч жителей, увеличится количество районных комбинатов бытового обслуживания населения, осуществляющих ремонт личного автотранспорта, что позволит существенно увеличить объемы оказываемых услуг.

#### *Изготовление и ремонт мебели*

Прогнозируется повышенный спрос населения на ремонт мебели и увеличение в два раза объема реализации этих услуг, особенно в сельской местности. Возрастет спрос населения на услуги по изготовлению встроенной мебели по образцам. Намечено техническое перевооружение существующих производств по изготовлению и ремонту мебели для значительного повышения качества этих услуг, в том числе через приоритетное внедрение системы добровольной сертификации бытовых услуг.

Таким образом, в результате исследования установлено, что в развитых странах наибольшее распространение получил такой вид торговли, как ассоциированная торговля, что позволяет сохранять присутствие розничной торговли в сельской местности, обеспечивая выполнения стандартов обслуживания населения.

Выявлено, что в настоящее время в сельской местности регионов России в большей степени распространены следующие виды торгового обслуживания: оптовые и розничные рынки продуктов и промтоваров; выездная торговля; сельская потребительская кооперация; стационарная торговля; магазин на дому (надомная торговля); торговля и оказание бытовых услуг в узлах почтовой связи.

Выделено девять основных отраслевых групп услуг в бытовом обслуживании сельского населения: химическая чистка и крашение, услуги прачечных, ремонт и строительство жилья, ремонт и пошив обуви, ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной



галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий, услуги парикмахерских, услуги организаций по прокату, ритуальные и обрядовые услуги, услуги фотоателье и фотолабораторий, ремонт и техническое обслуживание бытовой теле- и радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и бытовых приборов, ремонт и изготовление металлоизделий, техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования, изготовление и ремонт мебели.

Определено, что экономически опасной тенденцией является активное внедрение в сферу торговли зарубежных фирм и компаний, которые заинтересованы, прежде всего, в реализации импортных товаров на российском рынке или, напротив, в вывозе сырьевой продукции из страны. Обоснована необходимость построения последовательной, согласованной стратегической схемы, позволяющей своевременно реагировать на изменения и направленность запросов потребителей и в максимальной степени реализовывать сильные стороны сельского торгового предприятия при адекватной государственной поддержке.

Торговые и бытовые предприятия на селе нуждаются в комплексной поддержке со стороны государства через предоставление льготных кредитов и налогообложения, право на ускоренную амортизацию, упрощенную систему бухгалтерской отчетности, целевое финансирование социально ориентированных проектов в сфере торгового и бытового обслуживания сельского населения.

Выявлены пути обновления торговой сети на селе на базе потребкооперации путем увеличения спектра торговых услуг, предоставляемых населению, совершенствования форм обслуживания, совмещения магазинов с пунктами приема заказов населения по каталогам, кафетериями, хлебопекарнями, столовыми, кондитерскими, и т.д., то есть превращение магазинов как социально ориентированных систем в культурно-просветительские и общественные центры развития села.