

Анализ состояния конкурентной среды на рынке внутреннего туризма Мурманской области

1. Общая характеристика рыночной ситуации

По данным статистического наблюдения территориального органа федеральной службы государственной статистики по Мурманской области, а также ведомственного мониторинга в 2014 году на территории Мурманской области осуществляли деятельность 103 туристических фирмы. Более половины турфирм, осуществляющих туристскую деятельность, занимаются реализацией туристского продукта¹ и являются турагентами² (62 турфирмы, 60,2%), 28 турфирм (27,2%) – региональные туроператоры³, внесенные в Федеральный реестр туроператоров, они формируют турпродукт на территории региона и реализуют его потребителям, 13 турфирм (12,6%) – занимаются экскурсионной и иной туристской деятельностью. В регионе действует менее 1 предприятия на 1000 человек.

Государственные унитарные предприятия, муниципальные унитарные предприятия, хозяйственные общества, в уставном капитале которых более 50 % акций (долей) находится в государственной (муниципальной) собственности, отсутствуют.

Общий вклад отрасли в ВРП по экспертным оценкам менее 10%, в этой связи организации с суммарной долей добавленной стоимости в ВРП 10 %, 20 %, 30 %, 40%, 50 % на рынке региона отсутствуют. Хозяйствующие субъекты, занимающие доминирующее положение на рынке, отсутствуют.

Сегменты рынка, на которых в силу нормативных требований или объективных причин могут осуществлять деятельность только государственные и (или) муниципальные организации, отсутствуют.

Количество хозяйствующих субъектов на рынке региона и новые предприятия в отрасли в динамике за последние 5 лет

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--------------------------------------------|------|------|------|------|------|
| Число туристских фирм (на конец года), ед. | 84 | 84 | 94 | 88 | 103 |
| Число новых туристских фирм, ед. | 16 | 0 | 10 | 0 | 15 |

Статистический сборник «Туризм и рекреация в Мурманской области» за 2015 год будет опубликован в декабре 2016 года.

2. Результаты анализа наличия (отсутствия) административных, экономических и иных барьеров, затрудняющих предпринимательскую деятельность на рынке

В рамках анализа услуг на рынке внутреннего туризма проведен опрос хозяйствующих субъектов на предмет существующих административных, экономических и иных барьеров деятельности и оценки состояния конкурентной среды.

¹**Туристский продукт** – комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

²**Турагентская деятельность** – деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (турагентом).

³**Туроператорская деятельность** – деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (туроператором).

Респондентами определены следующие административные барьеры, препятствующие развитию регионального рынка услуг в сфере внутреннего туризма (в порядке убывания значимости):

| № п/п | Категория административных (экономических, иных) барьеров | Значимость |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1. | Значительные первоначальные капитальные вложения при длительных сроках окупаемости этих вложений | 59 % |
| 2. | Отсутствие платежеспособного спроса со стороны потребителей | 55 % |
| 3. | Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность | 41 % |
| 4. | Высокие налоги | 38 % |
| 5. | Сложность получения доступа к земельным участкам, в предоставлении помещений | 30 % |
| 6. | Ограничения в предоставлении долгосрочных кредитов | 20 % |
| 7. | Высокие издержки получения доступа к необходимым ресурсам и информации, высокие издержки на рекламу | 17 % |
| 8. | Высокая арендная плата | 17 % |
| 9. | Транспортные ограничения (удаленность территорий / дороговизна) | 17 % |
| 10. | Предоставление льгот отдельным хозяйствующим субъектам | 12 % |
| 11. | Необходимость установления партнерских отношений с органами власти | 12 % |
| 12. | Действующие на рынке стандарты и предъявляемые к качеству товаров, работ, услуг требования | 8 % |
| 13. | Коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях) | 8 % |
| 14. | Действующие на рынке стандарты и предъявляемые к качеству товаров, работ, услуг требования | 8 % |
| 15. | Ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок | 4 % |

Выделение респондентами значительных первоначальных капитальных вложений при длительных сроках окупаемости этих вложений (59 %) и наличие такого барьера как «отсутствия платежеспособного спроса со стороны потребителей» (55%) указывает на необходимость сохранения государственной поддержки субъектов рынка туристских услуг, в том числе проектов, направленных на развитие социального туризма.

Специфическим барьером для сферы туризма является «сложность получения доступа к земельным участкам, в предоставлении помещений» (30%), это связано с тем, что большая часть территории Мурманской области – земли Лесного фонда или земли Министерства обороны РФ. Для снятия данных ограничений необходимо внесение изменений в федеральное законодательство в части упрощения процедуры перевода земель или земельных участков из одной категории в другую на участки, планируемые под строительство туристских и рекреационных объектов. Кроме того, необходимо упростить порядок использования лесных участков для осуществления туристско-рекреационной деятельности, в том числе при строительстве туристских рекреационных объектов на землях Лесного фонда.

Для решения ряда вопросов создана межведомственная рабочая группа по подготовке проектов федеральных законов в области туризма и природопользования.

Остальные административные барьеры, отмеченные респондентами, носят универсальный характер и актуальны для большинства социально значимых рынков: размер арендной платы (17%), ограничения в предоставлении долгосрочных кредитов (20%), нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (41%) и др.

21% респондентов отмечают, что за последние годы уровень административных барьеров изменился в сторону уменьшения, и бизнесу стало проще их преодолевать. В тоже время порядка 17% опрошенных считают, что уровень административных барьеров не изменился вообще.

4% респондентов считают существующие барьеры непреодолимыми, в то время как 25% отметили, что административные барьеры преодолимы без существенных затрат.

Таким образом, большая часть предпринимательского сообщества указывает на отсутствие специфических для отрасли барьеров, а имеющиеся барьеры считает преодолимыми.

3. Оценка состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности (анализ результатов опроса)

В целях осуществления анализа оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности Центром кластерного развития Мурманской области проведено анкетирование участников туристско-рекреационного кластера Мурманской области.

Результаты проведенного опроса свидетельствуют об оценке субъектами малого и среднего бизнеса уровня конкуренции на региональном рынке услуг в сфере внутреннего туризма как очень высокого (50%), в тоже время большое число конкурентов, которые предлагают аналогичные услуги, отметили лишь 33% респондентов.

Оценивая, как изменилось за последние 3 года число организаций, предлагающих аналогичные услуги, 50 % респондентов отмечают их незначительное увеличение, а 30% - ответили, что количество таких организаций значительно выросло.

Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Мурманской области 25% опрошенных оценивает как удовлетворительное и 41% опрошенных как «скорее удовлетворительно».

Сфера туризма является нерегулируемым видом деятельности. Ограничений доступа субъектов предпринимательства в сфере туризма к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок не имеется. 46% респондентов отметили, что затрудняются оценить количество поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги) в целях производства и реализации собственных товаров (работ, услуг) в связи с тем, что данная практика для них неприменима.

Таким образом, предпринимательское сообщество считает туристскую отрасль высококонкурентной.

4. Информация об удовлетворенности потребителей качеством услуг

Министерством развития промышленности и предпринимательства Мурманской области проведен опрос потребителей об удовлетворенности качеством услуг и ценовой конкуренцией в сфере внутреннего регионального туризма. Опрос проводился на площадке «Открытый электронный регион», на которой каждый желающий в течение недели мог оставить мнение о развитии конкуренции в туристской отрасли Мурманской области.

По результатам опроса населения 44,8% опрошенных считает количество организаций, предоставляющих услуги в сфере внутреннего туризма в Мурманской области, достаточным, в то же время 41,4% опрошенных наоборот считает количество таких организаций не достаточным. Это свидетельствует о неоднородности рассматриваемого рынка на территории региона.

В среднем 42% в целом удовлетворены услугами в сфере внутреннего туризма на территории региона, вместе с тем 30% не удовлетворены ценами, выбором и качеством предоставляемых услуг.

76% опрошенных считают, что за последние 3 года произошло увеличение цен на услуги в сфере туризма, 48% указали, что при этом качество предоставляемых услуг не изменилось, несмотря на рост цен, а 28% - отметили улучшение качественного показателя предоставляемых услуг.

55% опрошенных указывают на возросший диапазон в выборе услуг в сфере туризма.

Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынке услуг в сфере внутреннего туризма 28% опрошенных оценивают как «скорее удовлетворительное» и 24% опрошенных как «скорее неудовлетворительное».

По результатам опроса можно отметить, что потребители в целом удовлетворены качеством услуг в сфере внутреннего туризма на территории региона.

5. Выводы и предложения по целевым значениям показателей, характеризующим состояние конкурентной среды на рынке

Несмотря на то, что туризм относится к сфере, являющейся приоритетной в соответствии со Стратегией социально-экономического развития Мурманской области, включение рынка внутреннего туризма в Перечень приоритетных и социально-значимых рынков Мурманской области считаем нецелесообразным.

Рынок внутреннего туризма Мурманской области является высоко конкурентным. Факторы, ограничивающие конкуренцию, отсутствуют. Барьеры для входа на рынок на уровне общей экономической ситуации.