

Анализ товарного рынка и развитие конкуренции в сфере розничной торговли

1. Общая характеристика рыночной ситуации

В Мурманской области в последние годы интенсивно развиваются торговые сети, которые способствуют переходу организации торговли на более высокий уровень. С развитием торговых сетей расширяются возможности рынка и увеличиваются налоговые поступления, что благоприятно влияет на развитие конкурентной среды.

В регионе присутствуют как региональные, так и федеральные сети, что позволяет говорить о наличии конкуренции между сетями.

Основным показателем, характеризующим торговлю, является оборот розничной торговли, динамика которого свидетельствует о достаточно устойчивом ее развитии. Увеличение товарооборота за 2012 - 2014 годы в целом по области составило 12,2 %. Ежегодный среднедушевой прирост за аналогичный период в среднем составил 11,5 %. В 2014 году по показателям «темп роста» и «оборот розничной торговли на душу населения» Мурманская область заняла 10-е место среди субъектов Российской Федерации. Однако 2015 год, наряду с общероссийскими тенденциями, характеризовался отрицательным трендом физических объемов розничного товарооборота, что обусловлено рядом факторов, зависящих от сложных макроэкономических условий: инфляционные процессы, сужение потребительского кредитования и, как следствие, снижение реальных денежных доходов и в целом потребительского спроса.

Основные показатели, характеризующие развитие розничной торговли Мурманской области в 2011-2015 годах

	2011	2012	2013	2014	2015
Оборот розничной торговли, млн. рублей	112750	123492	137537	151387	153670
в % к предыдущему году в сопоставимых ценах	101,8	105,8	105,0	101,0	86,2
на душу населения, тыс.рублей	142,5	157,5	177,3	196,9	201,1
Обеспеченность населения торговыми площадями на конец года, кв.м на 1000 населения	617,2	632,0	651,3	690,9	...
Ввод в эксплуатацию организаций торговли, тыс.кв.м торговой площади	16,8	7,2	21,2	9,4	15,4

В структуре формирования оборота розничной торговли сохраняется тенденция увеличения удельного веса продажи товаров в организованной

сети. Доля указанных хозяйствующих субъектов в общем объеме оборота розничной торговли возросла с 91 % в 2010 году до 96 % в 2014 году, из них 55 % пришлось на крупные и средние, 31 % - на малые предприятия, 10 % - на индивидуальных предпринимателей, реализующих товары вне рынков.

На начало 2015 года торговую деятельность в области осуществляли 4154 организации торговли (общая площадь 529,4 тысячи кв. метров), что на 174 единицы превышает уровень 2011 года. Обеспеченность населения торговыми площадями составила 691 кв. метр в расчете на 1000 населения (в 2011 году – 617 кв. метров), что превышает уровень нормативной обеспеченности населения на 44 %. В регионе отмечается неравномерное распределение торговых площадей по муниципальным образованиям. Обеспеченность населения торговыми площадями колеблется от 1026 кв. метров на 1000 населения в г. Апатиты до 567 в Кольском районе, в котором отмечается высокая доля сельских территорий. Существующая методика расчета (учитывающая площадь всех торговых объектов в совокупности) не отражает реальную ситуацию доступности различных услуг торговли для населения. В связи с этим необходим переход на дифференцированный расчет норматива с учетом различных форматов торговли и их размещения в зонах жилой застройки населенных пунктов.

2. Результаты анализа наличия административных, экономических и иных барьеров, затрудняющих развитие конкуренции

В рамках анализа развития конкурентной среды Министерством экономического развития Мурманской области был проведен опрос хозяйствующих субъектов на предмет существующих административных, экономических и иных барьеров, затрудняющих развитие конкуренции в сфере розничной торговли.

Хозяйствующими субъектами в сфере розничной торговли были определены следующие барьеры, затрудняющие развитие конкуренции в сфере розничной торговли (в порядке убывания значимости):

№ п/п	Категория административных (экономических, иных) барьеров	Значимость, %
1.	Отсутствие платежеспособного спроса со стороны потребителей и высокие налоги	48
2.	Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность	42
3.	Транспортные ограничения (удаленность/дороговизна)	34
4.	Значительные первоначальные капитальные вложения при длительных сроках окупаемости этих вложений	30
№ п/п	Категория административных (экономических, иных) барьеров	Значимость, %
5.	Наличие среди действующих на рынке хозяйствующих субъектов,	27

	занимающих доминирующее положение, которое приводит к созданию барьеров входа на рынок	
6	Ограничения в предоставлении долгосрочных кредитов	27

По мнению 23 % руководителей торговых организаций в течение последних 3 лет уровень и количество административных барьеров не изменились; 17 % считает, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше; почти такое же количество участников опроса (16 %) отмечают, что преодолевать административные барьеры стало сложнее; большая часть респондентов затруднились с ответом (30 %).

23 % участников опроса считает, что существующие административные барьеры для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса преодолимы без существенных затрат. По мнению 17 % опрошенных преодоление административных барьеров требует значительных затрат, 19 % из числа опрошенных не видит административных барьеров в сфере розничной реализации товаров.

По оценке Министерства экономического развития Мурманской области, наиболее существенными барьерами для развития конкуренции являются:

- неравномерное распределение свободных торговых площадей по муниципальным образованиям Мурманской области;
- постоянный рост расходов, связанных с логистикой и транспортировкой товаров, из-за увеличения транспортных тарифов;
- недостаток финансовых средств, в особенности у малых и средних организаций торговли, для формирования оборотного капитала;
- неодинаковый уровень доступности к продукции рыбодобывающих компаний для хозяйствующих субъектов торговли;
- высокие транспортные расходы в связи с удаленностью некоторых населенных пунктов от административных центров и тупиковым положением в системе основных транспортных связей области.

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

В опросе приняли участие 95 респондентов, занимающихся розничной торговлей, из них 57 % - промышленными товарами и 43 % - продуктами питания. 72 бизнесмена осуществляют свою деятельность более 5 лет, у 68 % опрошенных численность сотрудников организации до 5 человек, у 23 % - от 6 до 15 человек.

Данные показали, что из числа опрошенных почти половина руководителей торговых организаций (48 %) считают конкуренцию на потребительском рынке высокой и очень высокой, 22 % - умеренной и лишь 13 % считают, что конкуренция отсутствует.

40 % опрошенных имеют от 4 до 10 конкурентов, предлагающих аналогичные товары, 30 % - от 1 до 3, у 4 % предпринимателей вообще нет

конкурентов.

Количество конкурентов на розничном рынке за последние 3 года по мнению 30 % участников опроса увеличилось более чем на 4 конкурента; для 16 % - количество конкурентов сократилось на 1-3; по мнению 27 % - количество конкурентов не изменилось.

Удовлетворены уровнем доступности и понятности официальной информации о состоянии конкурентной среды 42 % респондентов, недовольны – 26 %, 32 % такая информация не требуется.

4. Информация об удовлетворенности потребителей качеством услуг

В опросе населения, проведенного на портале Мурманской области «Открытый электронный регион» (по состоянию на 09.03.2016), приняли участие 345 потребителей товаров на региональных и (или) муниципальных рынках, из них 81 % - женщины и 19 % - мужчины, более 50 % - это люди в возрасте от 36 до 50 лет, работающие (97 %) и имеющие высшее образование (89 %). В анкете вопросы касались розничной торговли молоком и рыбной продукцией.

По указанным видам продукции 56 % и 43 % респондентов соответственно считают, что организаций, представляющих данные товары, достаточно.

Уровнем цен удовлетворена основная часть опрошенных – 59 % и 36 % соответственно.

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

Рынок услуг розничной торговли на территории Мурманской области относится к рынку с развитой конкурентной средой, чему способствуют:

- стабильный, за исключением 2014 и 2015 годов, платежеспособный спрос населения на основные продовольственные и непродовольственные товары;
- высокий уровень товарной насыщенности рынка;
- доступность свободных торговых площадей – как обособленных помещений, так и расположенных в торговых комплексах.

Основными барьерами развития конкуренции предприниматели считают: снижение платежеспособного спроса со стороны потребителей; нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность; транспортные ограничения (удаленность/дороговизна).

По мнению большинства опрошенных предпринимателей, уровень конкуренции на потребительском рынке оценивается как высокий и очень высокий.

Исходя из сложившейся проблематики, отрасли необходимо решить основные задачи развития конкуренции в розничной торговле:

- стимулирование деятельности органов местного самоуправления, направленной на равномерное распределение торговых площадей в муниципальных образованиях посредством установления минимальных нормативов обеспеченности населения торговыми площадями;

- содействие развитию многоформатной торговли;

- стимулирование развития торговли в отдаленных и труднодоступных населенных пунктах области.

Стандартом развития конкуренции в субъектах Российской Федерации предусмотрены следующие отдельные показатели:

1. «Прирост доли оборота розничной торговли, осуществляемой на розничных рынках и ярмарках, в структуре оборота розничной торговли» предлагается для субъектов Российской Федерации, в которых доля оборота розничной торговли, осуществляемой на розничных рынках и ярмарках, в структуре оборота розничной торговли по формам торговли по итогам 2012 года составляла менее 20 %, установить на уровне не менее 5 % в год до достижения значения этого показателя в размере не менее 20 % к 2018 году.

В силу природно-климатических условий Мурманская область отнесена к территории Арктической зоны Российской Федерации и имеет ограниченные потенциальные возможности развития аграрного сектора, в связи с чем традиционно доля оборота розничной торговли, осуществляемой на розничных рынках и ярмарках, ниже среднероссийского показателя.

В Мурманской области в 2012 году доля оборота розничной торговли, осуществляемой на розничных рынках и ярмарках, в структуре оборота розничной торговли по формам торговли составляла 7,2 % и в 2015 году снизилась до 2,1 %. Снижению объемов продаж на розничных рынках и ярмарках отчасти способствовал переход предпринимателей в торговые центры, уменьшение востребованности торговых мест на розничных рынках, а также со вступлением с 1 января 2013 года в силу требований Федерального закона № 271-ФЗ «О розничных рынках и внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации», обязывающих управляющие компании использовать исключительно капитальные здания, строения, сооружения.

В связи с этим данный показатель не может быть применен для характеристики уровня развития конкуренции в торговле в регионе.

В качестве контрольного показателя успешной реализации мероприятий по развитию конкуренции на рынке услуг в сфере культуры предлагается установить следующий:

Увеличение числа торговых мест на ярмарках, ед.:

2016 – не менее 4400 ед.;

2017 – не менее 4450 ед.;

2018 – не менее 4500 ед.

2. «Доля оборота магазинов шаговой доступности в структуре оборота розничной торговли по формам торговли в общем обороте розничной торговли региона», значение которого должно составлять не менее 20 % общего оборота розничной торговли области.

В регионе все магазины расположены в радиусе 300 м от жилых домов или непосредственно находятся в жилом доме, на его первом или цокольном этажах, поэтому являются магазинами шаговой доступности. Большинство региональных и федеральных сетей представлены как «сетевые магазины малых форматов». В связи с этим значение данного показателя равно 100 %, что говорит о доступности объектов торговли для всех граждан.
