

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ СФЕРЫ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ

О. В. Салмова, студентка V курса экономического факультета ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н.П.Огарёва»,
С. В. Баландина, канд. экон. наук, доцент ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н.П.Огарёва»

В статье проведен краткий анализ развития оптовой и розничной торговли Республики Мордовия. Выявлены основные проблемы функционирования торговой сферы региона. Статья дает представление о тенденциях развития торговой деятельности в субъекте.

Ключевые слова: сфера торговли, товарооборот, потребительский рынок, продовольственные товары, непродовольственные товары

Торговля в настоящее время выступает самостоятельной отраслью экономики, особым видом хозяйственной деятельности субъектов, способом жизнеобеспечения и улучшения качества жизни населения. Сфера торговли взаимосвязана как с отдельными отраслями, так и со всей экономикой страны и регионов в целях достижения рыночного соответствия объемов, структуры и качества товарного предложения потребительскому спросу населения. В силу того, что на современном этапе торговля входит в число ведущих отраслей экономики, определяющих направление и результаты деятельности региона, необходимо рассмотреть текущее состояние и проблемы развития торговой сферы Республики Мордовия.

Количество объектов торговли в регионе в 2008 г. достигло 4020 единиц с торговой площадью 216087 кв. м. За январь-декабрь 2008 г. введено в действие за счет нового строительства, расширения, реконструкции и технического перевооружения 160 предприятий торговли с общей площадью 15270 кв.м. По состоянию на 1 января 2009 г. на территории Мордовии функционируют 32 розничных рынка, из них 28 универсального типа и 4 специализированных рынка

(3 – по продаже продовольственной группы товаров, 1 – по продаже непродовольственных товаров). Функционирующие розничные рынки занимают площадь 256330,5 кв. м. [3].

Оборот розничной торговли в 2008 г. составил 39520 млн. рублей (в 2007 г. – 29179 млн. рублей). В структуре оборота розничной торговли в 2008 г. удельный вес продовольственных товаров составил 48,5 % (в 2007 г. – 47,5%). В товарной структуре оборота розничной торговли продовольственными товарами преобладают хлеб, кондитерские и колбасные изделия, мясо и птица, рыбная продукция, плоды и ягоды, цельномолочная продукция. Большая часть розничной торговой сети представлена предприятиями с торговой площадью 300-500 кв. м. Крупные торговые объекты общей площадью свыше 1000 кв. м составляют в настоящее время менее 3 % от общего количества [2].

Региональный оборот оптовой торговли в январе-декабре 2008 г. составил 22656,5 млн. рублей. Оптовое звено представлено 158 товарными складами с площадью 56,1 тыс. кв. м., распределительными холодильниками на 3,6 тыс. тн., хранилищами для картофеля, овощей и фруктов на 7,3 тыс. тн. [3].

В развитии торговой сферы региона наблюдается ряд положительных тенденций. Население республики стабильно и бесперебойно обеспечивается необходимыми продовольственными и промышленными товарами. Торговые предприятия приближаются к европейскому уровню не только внешне, но и по уровню обслуживания, ассортименту предлагаемых товаров. Активно внедряются прогрессивные формы реализации товаров с применением методов самообслуживания, оборудования для считывания штрих-кода и методов обслуживания в соответствии с международными стандартами – продажа по предварительным заказам, с использованием дисконтных карт, предоставление услуг по доставке товаров на дом. Возрастает число покупателей, пользующихся услугами таких предприятий и предпочитающих свободный выбор товара традиционной торговле «через прилавок».

Активное развитие розничной торговли объективно сопровождается появлением крупных торговых сетевых структур, как регионального уровня, так и известных сетевых операторов. Высокая конкурентная среда на продовольственном рынке способствует открытию в регионе супермаркетов, универсамов с современным дизайном и внедрением передовых технологий. В РМ решаются проблемы соблюдения типизации и рационального размещения торговой сети, развиваются предприятия торговли в формате «удобного магазина», расположенного в радиусе территориальной и пешеходной доступности населения.

Рынок розничной торговли продуктами питания в целом по Мордовии является рынком свободной конкуренции. Самые крупные его участники – розничные сети («Деловой союз», «Торг-Град», ГУП РМ «Развитие села», «Добрый», «Магнит» и др.) контролировали в 2007 г. 20-25 % рынка. На каждую сеть приходилось менее 7 % рынка продовольственных товаров. Также в РМ наблюдается сокращение мелкорозничной торговли в пользу стационарной, что связано с низким уровнем обслуживания и грубейшими нарушениями правил торговли в первой. Планируется уменьшение количества мини-рынков, ларьков, павильонов и киосков, с сохранением павильонов «Мороженое», «Союзпечать», «Цветы», так как они удобны и востребованы населением [2].

Одной из приоритетных задач развития продовольственного рынка в Республике Мордовия является обеспечение малоимущих слоев населения необходимыми продуктами питания. В регионе достигнута договоренность с основными производителями и предпринимателями по вопросу регулирования цен («народные цены» на жизненно необходимые продукты питания).

В настоящее время в РМ действуют два основных канала реализации потребительских товаров – предприятия розничной торговли и розничные рынки и ярмарки. В республике происходит отказ от стихийных форм торговли, что связано с ростом организованной торговой деятельности.

При исследовании тенденций развития торговой сферы региона важным моментом является анализ уровня конкуренции на продовольственном рынке

основных продуктов питания. Для определения уровня концентрации и состояния на рынке используется коэффициент концентрации (индекс CR_3) (таблицы 1, 2) [2].

Т а б л и ц а 1

Коэффициент концентрации товаропроизводителей на основных рынках продовольствия Республики Мордовия

Показатели	Доли крупных предприятий, %	Коэффициент концентрации рынка, %
Рынок молочной продукции	ООО «Молочный комбинат «Саранский» – 69,67; ОАО «Молоко» г. Рузаевка – 10,31; ОАО «Елочка» Ельниковского муниципального района – 7,9	87,88 – высококонцентрированный
Рынок мясной продукции	ООО «МПК «Атяшевский» – 57,3; ЗАО «МПК «Горбеевский» – 23,3; ЗАО «МПК «Саранский» – 14,8	95,4 – высококонцентрированный
Рынок плодоовощной продукции	ГУП Республики Мордовия «Тепличное» – 62,7; ГУП Республики Мордовия «Луховское» – 9,9; ООО «Овощепром» – 6,9	79,5 – высококонцентрированный

Т а б л и ц а 2

Коэффициент концентрации торговых марок на основных рынках продовольствия Республики Мордовия

Показатели	Доли крупных товарных линий, %	Коэффициент концентрации рынка, %
Рынок молочной продукции	«ЮНИМИЛК» – 40,0; «Вимм-Биль-Дан» – 18,8; «Данон» – 22,3	81,1 – высококонцентрированный
Рынок мясной продукции	ТД «Талина» – 60,0; ТМ «Стародворские» – 14,0; ОАО «Юбилейное» – 4,0	78,0 – высококонцентрированный

Федеральная антимонопольная служба РФ установила, что в соответствии с различными значениями коэффициента рыночной концентрации выделяются следующие уровни концентрации товарного рынка:

- высокий – при $70\% \leq CR_3 \leq 100\%$;
- умеренный – при $45\% \leq CR_3 < 70\%$;
- низкий – при $CR_3 < 45\%$ [1].

Расчеты коэффициента концентрации позволяют оценить состояние конкуренции на региональном мясном, молочном и плодоовощном рынках как олигополистическое, так как индекс CR_3 более 70 %. Главной особенностью

олигополистического рынка является противоречие между стремлением фирм к сотрудничеству и интересами каждой из них. Соперничество между действующими конкурентами, производителями одного и того же товара проявляется не столько на товарных и ресурсных рынках, сколько в финансовой сфере на рынке инвестиций. Входные барьеры очень высоки, капитал диверсифицируется и охватывает производственную сферу, финансы и сферу услуг. В данных условиях обостряется необходимость перехода к умеренно концентрированному рынку предприятий розничной торговли. При правильном регулировании отрасли со стороны органов управления число участников олигополии будет расти, а объем производимой продукции будет приближаться к оптимальному уровню. В этих целях необходимо обобщать предложения ассоциаций торговых сетевых компаний и производителей социально значимых продуктов питания по совместным действиям, направленным на недопущение необоснованного роста цен на производимые и реализуемые товары.

Появление конкурентов и товаров-заменителей ведет к обострению соперничества. Потенциальные конкуренты, входящие на рынок, несут новые производственные мощности и значительные ресурсы. Отсутствие коммуникационных средств продвижения продукции, ограниченность ассортимента продукции местных товаропроизводителей, пригодной к доставке на дальние расстояния, делают входные барьеры на продовольственный рынок республики невысокими для крупных компаний. Последние наращивают объемы производства и теснят региональных конкурентов. В таких условиях республиканским производителям необходимо изучать складывающуюся конъюнктуру рынка, платежеспособность и предпочтения покупателей. В связи с этим проявляется задача поднять стандарты потребления на более высокий уровень путем предложения с помощью методов логистики высококачественной и экологически чистой продукции широкого ассортимента. В целях стимулирования торговли и развития инфраструктуры регионального рынка сетевым и перера-

батывающим компаниям необходимо заключать договоры с сельскохозяйственными производителями о прямых поставках продукции.

В целом все достигнутые позитивные количественные и качественные изменения в развитии торговой сферы не снимают ряда насущных проблем, имеющих место на сегодня и прогнозируемых в перспективе с учетом развития общеэкономической ситуации. Зачастую продукция сельскохозяйственных товаропроизводителей РМ оказывается неконкурентоспособной и вытесняется с внутреннего рынка. Существуют актуальные проблемы стимулирования частного предпринимательства в республике, создания благоприятного делового и инвестиционного климата. Новые хозяйствующие субъекты должны составлять конкуренцию крупным предприятиям, а также вбирать недоиспользуемые и высвобождаемые последними факторы производства (недвижимость, оборудование, рабочую силу). Среди проблем развития торговли РМ можно также выделить недостаточный уровень развития инфраструктуры рынка для полного и всестороннего удовлетворения потребительского спроса. Это обусловлено недействительной системой кредитования, недостатком складских помещений, несогласованностью работы организаций торговли и транспорта.

Помимо этих негативных факторов торговли имеется большое количество сопровождающих их отрицательных проявлений: наличие значительного объема теневого оборота товаров, резко снижающего потенциал развития торговли; необоснованное завышение цен, вызванное неоправданно большой звенностью товародвижения; несовершенная система сертификации услуг розничной и оптовой торговли, общественного питания; отсутствие современного информационного обеспечения торговли; низкая профессиональная подготовка работников торговли всех уровней к работе в рыночных условиях; недостаточный уровень ответственности работников торговли перед потребителями. Именно отсутствие должного государственного регулирования – это, на наш взгляд, одна из главных проблем торговой сферы. В ходе приватизации в значительной мере оказались утерянными рычаги государственного регулирования

торговли, было ослаблено внимание к решению общесистемных проблем отрасли. Сегодня большинство обязательных для государства функций в той или иной степени реализуется. Однако отсутствуют практические рекомендации и система мер по поддержке структурных преобразований.

Основными условиями для успешного развития торговой сферы региона в ближайшее время являются:

- ускоренный переход сельскохозяйственных предприятий и предприятий переработки к использованию новых высокопроизводительных и ресурсосберегающих технологий, базирующихся на применении более эффективных методов производства и стимулирования труда;

- формирование конкурентной среды в экономике региона с целью увеличения общего количества субъектов хозяйственной деятельности и доли производимых ими товаров;

- осуществление общих социальных и экономических мер поддержки малообеспеченных слоев населения;

- обеспечение безопасности и качества потребительских товаров и услуг, оказание помощи потребителям в оценке безопасности реализуемой продукции, проведение ее идентификации и оценки качества;

- развитие республиканских, районных, городских оптовых ярмарок, выставок-ярмарок, а также товарных бирж, аукционов, оптовых продовольственных рынков, как на временной, так и на постоянной основе;

- восстановление и расширение организаций общественного питания на основе специализированных производственных комплексов питания.

Важно отметить, что именно в настоящее время существует необходимость всестороннего исследования и выработки рациональных решений по накоплению и практическому применению опыта эффективной экономической деятельности хозяйствующих субъектов торговли в Мордовии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Российская Федерация. Федеральная антимонопольная служба РФ. Об утверждении порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке: приказ ФАС РФ // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. – 2006 – N 32.

2. Республика Мордовия. Правительство. О Республиканской целевой программе развития конкуренции на продовольственном рынке Республики Мордовия на 2008-2012 годы: постановление Правительства РМ // Известия Мордовии. – 2008 – N 199-40.

3. Мордовия: Стат. ежегодник / Мордовиястат. – Саранск – 2009 – 452 с.