

Оценка состояния потребительского рынка Читы: результаты маркетинговых исследований представителей бизнеса

О.В. Гладких^a, Е.Ю. Викулова^b, О.П. Овдина^c

Читинский институт Байкальского государственного университета, ул. Анохина, 56, Чита, Россия

^a olga-gladkikh@bk.ru, ^b vikulovaeyu@bgu-chita.ru, ^c torg@admin.chita.ru

Статья поступила 31.05.2023, принята 05.06.2023

Ситуация на потребительском рынке отдельного муниципального образования является индикатором уровня жизни населения определенной территории, отражает состояние экономики и развитие производства потребительских товаров, свидетельствует об уровне конкуренции на рынке и эффективности деятельности органов местного самоуправления. В этой связи представленные в статье результаты маркетингового исследования предпринимателей, которые формируют предложение на потребительском рынке Читы, позволяют установить ключевые проблемы бизнеса и определить приоритеты в работе местных органов власти при разработке мероприятий, содействующих развитию торговой деятельности и предоставлению услуг населению на территории городского округа «Город Чита».

Ключевые слова: потребительский рынок; маркетинговое исследование; торговля; поддержка предпринимателей; меры государственной поддержки.

Assessment of the state and determination of business development prospects in the consumer market of Chita

O.V. Gladkikh^a, E.Yu. Vikulova^b, O.P. Ovdina^c

Chita Institute of Baikal State University; 56, Anokhin St., Chita, Russia

^a olga-gladkikh@bk.ru, ^b vikulovaeyu@bgu-chita.ru, ^c torg@admin.chita.ru

Received 31.05.2023, accepted 05.06.2023

The situation on the consumer market of a municipal unit indicates the standard of living of the population in a certain area, reflects the state of the economy and the development of the production of consumer goods, indicates the level of competition in the market and the efficiency of local government activity. In this regard, the results of the marketing research of entrepreneurs who form the supply on the consumer market of Chita city, presented in the article, allow to identify the key business problems and to determine the priorities in the work of the local authorities in the development of measures to promote trade activities and the provision of services to the population on the territory of the municipal unit "Chita City".

Keywords: consumer market; marketing research; trade; support for entrepreneurs; measures of state support.

Возможности развития предпринимательской активности на потребительском рынке муниципального образования определяются не только правовыми и организационными предпосылками, но и характером отношений предпринимателей к процессу развития, их уровнем доверия к местной власти и эффективностью работы последней по формированию благоприятной предпринимательской среды.

Для получения аналитической оценки возможностей ведения бизнеса на потребительском рынке Читы со стороны предпринимателей в апреле 2023 г. авторами статьи при участии специалистов управления потребительского рынка администрации городского округа «Город Чита»

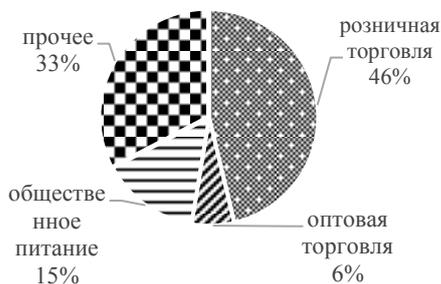
было проведено маркетинговое исследование. Состав респондентов — предприниматели и руководители предприятий, которые осуществляют хозяйственную деятельность в границах потребительского рынка городского округа «Город «Чита». Формат исследования — онлайн-опрос [1], ссылка для заполнения анкеты была размещена в чатах профессиональных сообществ «Мой бизнес» — сообщество предпринимателей Забайкальского края и на официальных страницах администрации городского округа «Город Чита» в социальных сетях.

Цель исследования — выявить основные факторы, влияющие на состояние потребительского рынка в городском округе «Город Чита» и дать

оценку перспектив развития потребительского рынка Читы.

Поставленная цель определила ряд основных задач: 1) установить, как оценивают предприниматели возможности для ведения бизнеса на потребительском рынке Читы; 2) определить проблемы, которые прежде всего необходимо решить для успешного развития бизнеса; 3) оценить влияние текущей экономической ситуации в стране на состояние потребительского рынка в отдельном муниципальном образовании; 4) определить роль государственной поддержки и действий местной власти в решении проблем участников потребительского рынка.

Оценка результатов исследования проведена на основе обработки 119 анкет с использованием программы статистической обработки данных SPSS. В составе респондентов основную долю занимают представители розничной торговли (46,2 %), общественного питания (15,1 %) и оптовой торговли (5,9 %), среди респондентов также были предприниматели, оказывающие услуги ремонта и ТО транспорта, логистики, оздоровительной физкультуры, фотографии, рекламы и др. (доля каждой сферы не более 2 %, что позволило сфор-



мировать группу «прочие» (рис. 1).

Рис. 1. Распределение предпринимателей – участников опроса по видам деятельности

Представленная структура респондентов объясняется существующим распределением видов деятельности среди участников потребительского рынка. Так, по данным управления потребительского рынка городского округа «Город «Чита» на 01.01.2023 г., из 5 003 объектов, зарегистрированных в реестре потребительского рынка, 62 % приходится на предприятия торговли (3 098 объектов торговли), доля предприятий общественного питания – 12,6 % (630 объектов общественного питания) и значительная доля предприятий, оказывающих различные услуги населению – 19,8 %, или 992 объекта [2].

Среди торговых предприятий преобладают представители продавцов продуктов питания (рис. 2) – 41 %, это сектор, который сохранил относительную стабильность на местном потреби-

тельском рынке, несмотря на то, что в целом по России за 2022 г., по данным Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ), отмечено снижение оборота в крупных торговых сетях на 5 % по сравнению с уровнем 2021 г., кроме того, продавцы продуктов питания начинают острее чувствовать конкуренцию со стороны маркетплейсов (таких, как Wildberries и Ozon) [3], где отмечается постоянный рост продаж по категории «продукты». Такой сектор интернет-продаж продуктов питания специалисты называют E-Grocery, он также включает сервисы доставки, такие как Сбермаркет, Delivery Club и др. [4].



Рис. 2. Распределение представителей торговли по видам реализуемых товаров

На рис. 3 представлено распределение предприятий, учувствовавших в опросе, по опыту работы на рынке. Следует отметить, что большая часть респондентов (51,3 %) работает на рынке более 10 лет, таким образом, полученные в ходе анкетирования результаты можно отнести к экспертному мнению и считать представленные данные относительно достоверным отражением ситуации, складывающейся на потребительском рынке Читы в первом полугодии 2023 г.

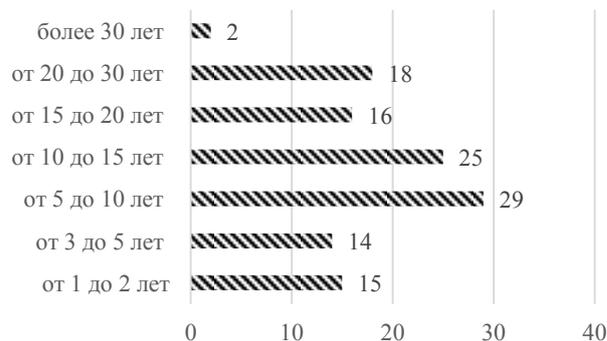


Рис. 3. Распределение предприятий, принявших участие в опросе, по опыту работы на рынке

Большая часть респондентов, принявших участие в опросе (94,7 %), – это представители малого бизнеса (рис. 4), из них 69,5 % относятся к категории микропредприятий, для которых установлены упрощенные требования при ведении бизнеса.

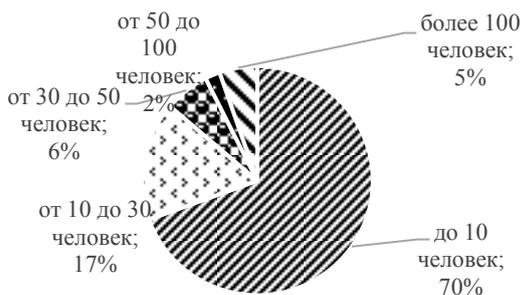


Рис. 4. Структура предприятий, принявших участие в опросе, по численности работников

Основные преимущества микропредприятий — это возможность применения упрощенного бухгалтерского учета и кассовых операций [5], обеспечение прав и законных интересов субъектов малого предпринимательства при осуществлении государственного контроля (надзора) [6], однако, с другой стороны, микропредприятия испытывают большие трудности с формированием необходимой суммы оборотных средств и заключением договоров с крупными поставщиками и производителями товаров, в этой связи большое значение для этих предприятий должна играть поддержка со стороны государства.

В соответствии с действующим законодательством для развития сферы малого и среднего предпринимательства в нашей стране предусмотрены различные формы поддержки, которые реализуются на уровне государства, субъектов российской федерации и муниципальных образований [7]. Однако при рассмотрении результатов ответа на вопрос об обращении предпринимателей за помощью в органы государственной власти и местного самоуправления только 28 % респондентов отметили, что им удалось частично решить проблемы предприятия (рис. 5), 19 % респондентов имеют неудачный опыт такого обращения, и более 53 % респондентов к властям не обращаются либо не имеют проблем, которые можно решить с помощью органов власти и местного самоуправления.

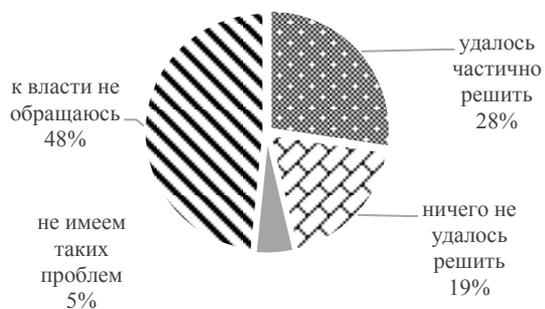


Рис. 5. Распределение ответов на вопрос «Удалось ли решить проблемы предприятия при обращении за помощью в органы гос. власти или местного самоуправления?»

Несмотря на развитую инфраструктуру поддержки малого и среднего предпринимательства в Забайкальском крае, 64,2 % респондентов указали на то, что не являются получателями поддержки (рис. 6), что можно, в свою очередь, объяснить приоритетами государства при осуществлении мер поддержки прежде всего для производственного, инновационного и сельскохозяйственного секторов экономики.



Рис. 6. Распределение ответов на вопрос о том, какие виды поддержки малого бизнеса использовали предприниматели

Наиболее распространенной для предпринимателей является финансовая форма поддержки, которая оказывается путем предоставления субсидий и государственных гарантий по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства. Также востребованными являются консультационная и информационная поддержка, которую в регионе наряду с уполномоченными органами власти и местного самоуправления оказывает Центр поддержки предпринимательства «Мой бизнес».

Вместе с тем, значительная часть предпринимателей (58 %) отметили, что зачастую меры поддержки имеют декларативный характер и не приносят реальной помощи бизнесу (рис. 7). Только 25 % дали положительную оценку помощи со стороны государства, 17 % респондентов отметили, что полученная поддержка не оказала существенного влияния на бизнес.



Рис. 7. Оценка влияния мер государственной поддержки на бизнес

Предпринимателям было предложено определить пять ключевых проблем в сфере регулирования малого бизнеса. Результаты ранжирования и

доля респондентов, указавших на проблемы, представлены в таблице.

Оценка недостатков существующих процедур регулирования в сфере малого предпринимательства

Недостатки процедур регулирования в сфере малого предпринимательства	Доля респондентов, %
Возможность разного толкования положений и инструкций	36,8
Проблематичность защиты своих законных интересов	35,8
Большое количество контролирующих органов	34,7
Бюрократические проволочки	33,7
Материальные издержки, необоснованные штрафы	30,5
Внедрение цифровой маркировки товаров	30,5
Недостаточное информирование о принимаемых решениях и нормативных актах	25,3
Отставание нормативных документов от предпринимательской практики	23,2
Превышение служебных полномочий представителями власти	20,0
Угроза раскрытия коммерческой информации	11,6

Несмотря на совершенствование законодательных норм, внедрение специальных онлайн-сервисов как на сайте Федеральной налоговой службы, так и в рамках цифровой платформы МСП, предприниматели продолжают указывать на традиционные недостатки системы регулирования в сфере малого предпринимательства, связанные с возможностью разного толкования положений и инструкций, проблематичностью защиты собственных законных интересов, а также, несмотря на действующий мораторий на проведение проверок, отмечают большое количество контролирующих органов и необоснованные, с точки зрения предпринимателей, штрафы.

Среди наиболее актуальных проблем, которые необходимо решить для улучшения возможностей развития бизнеса, 71,6 % респондентов выделили необходимость обеспечения реальной поддержки бизнеса и снижение налоговой нагрузки – 63,2 % (рис. 8).



Рис. 8. Проблемы, препятствующие развитию бизнеса

Помимо проблем, перечисленных на рис. 8, респонденты указывали на отток рабочей силы из региона, высокие тарифы на услуги жкх и электроэнергию и давали негативную оценку дополнительным требованиям к маркировке отдельных видов продукции [8].

В целом значительная часть респондентов дали невысокую оценку возможностям ведения бизнеса на потребительском рынке Читы (рис. 9). Низкую оценку возможностей дали 29 % респондентов, 48 % дают удовлетворительную оценку и только 23 % считают, что условия для ведения бизнеса благоприятные.

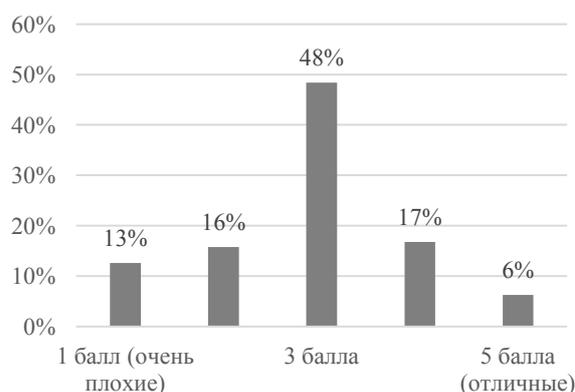


Рис. 9. Распределение оценок возможностей ведения бизнеса на потребительском рынке Читы

Предприниматели, указавшие на «отличные» возможности ведения бизнеса, представляют розничную торговлю продуктами питания и сферу потребительской кооперации, где спрос на товары в меньшей степени подвержен колебаниям и характеризуется относительной стабильностью.

В ходе опроса респондентам было предложено оценить действия местной власти по развитию потребительского рынка (рис. 10).

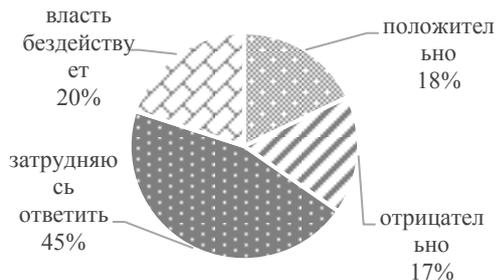


Рис. 10. Оценка предпринимателями действий органов власти по развитию потребительского рынка

Следует обратить внимание на достаточно высокий процент негативных оценок – 37 % респондентов дали либо отрицательную оценку (17 %), либо указали на бездействие власти (20 %), 45 % респондентов фактически отказались от ответа на прямой вопрос несмотря на то, что опрос проводился анонимно. Обычно такое поведение объясняется «страхом последствий», и респонденты, которые уходят от ответа, как правило, имеют негативную оценку.

Полученные результаты свидетельствуют о необходимости активизации информационной работы со стороны управления потребительского рынка городского округа «Город Чита», направленной на повышение осведомленности всех участников потребительского рынка о реализуемых проектах и рост доверия к действиям властей.

Для оценки влияния на развитие потребительского рынка Читы макроэкономических факторов был задан вопрос о том, как изменение ситуации внутри страны и положение России на международном рынке отразились на практике хозяйствования местных предпринимателей (рис. 11).

Результаты оценок свидетельствуют о сокращении потребительского спроса и высокой динамике роста цен, что сказывается на сокращении ассортимента, который произошел в том числе и в связи с уходом крупных мировых брендов, активно развивающих бизнес на потребительском рынке России в предыдущие годы. Большинство респондентов (52,6 %) оценивают рост уровня цен выше официального уровня инфляции, который, по данным Росстата за 2022 год, составил 11,94 %

Литература

1. Анкета для предпринимателей [Электронный ресурс]. URL: <https://forms.gle/thv1NenRbu4bv3bB9> (дата обращения: 05.05.2023).
2. Материалы Управления потребительского рынка Администрации городского округа «город Чита» [Электронный ресурс]. URL: <https://chita.bezformata.com/listnews/upravlenie-potrebitelskogo/109922023/?ysclid=liip3xynlm225284360> (дата обращения: 05.05.2023).

[9; 10]. Почти четверть предприятий (24,3 %) указали на то, что вынуждены в текущей ситуации отказаться от планов развития. Только 8,4 % предпринимателей отметили отсутствие изменений в своей хозяйственной деятельности, которые были бы связаны с изменением внешней среды. На увеличение спроса указали всего 6,3 % респондентов, среди которых представители сферы общественного питания, розничной торговли продуктами питания и продажи тяжелой техники, а также сферы услуг. В целом предприниматели дают негативную оценку влиянию текущей экономической ситуации в стране на возможности развития потребительского рынка.



Рис. 11. Оценка влияния экономической ситуации в стране на бизнес

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить ключевые проблемы, волнующие предпринимателей – участников потребительского рынка, оценить уровень доверия к действиям властей и эффективность мер государственной поддержки. Вместе с тем, решение выявленных проблем не входит в компетенцию органов местного самоуправления и требует системного реформирования сферы государственного регулирования малого бизнеса.

3. Укрупнение как стимул: чего ждать на рынке e-grocery в 2023-м [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/neweconomy/news/6409ba589a7947121c11c894> (дата обращения: 04.05.2023).
4. Российский рынок e-grocery может вырасти на 48% в 2023 году [Электронный ресурс]. URL: https://new-retail.ru/novosti/retail/rossiyskiy_rynok_e_grocery_m_ozhet_vyrasti_na_48_v_2023_godu/ (дата обращения: 04.05.2023).

5. О бухгалтерском учете: федер. закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
6. О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля: федер. закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
7. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федер. закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
8. Официальный сайт государственной системы маркировки и прослеживания Честный ЗНАК [Электронный ресурс]. URL: <https://честныйзнак.рф> (дата обращения: 05.05.2023).
9. Об индексе потребительских цен в декабре 2022 года [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/3_13-01-2023.html (дата обращения: 04.05.2023).
10. Росстат оценил годовую инфляцию и назвал самые подорожавшие товары [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/13/01/2023/63c150159a79476f608de4df> (дата обращения: 04.05.2023).