

*Долбина Л.В.,
к.э.н., доцент
кафедры экономики и управления на предприятии
Краснодарского филиала РГТЭУ
Сорокина А.Ю.,
ассистент
кафедры экономики и управления на предприятии
Краснодарского филиала РГТЭУ*

**ФОРМИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СЕКТОРА
ТОРГОВЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION STRATEGY DEVELOPMENT
SECTOR TRADE IN THE RUSSIAN FEDERATION**

Аннотация: сектор торговли, как правило, является конечным звеном любой производственной цепочки, и именно от широты и разнообразия каналов, а также уровня их развития зависят эффективность, объемы и скорость, с которыми производимые в экономике и ввозимые на территорию страны товары достигают своего потребителя. Решению стратегических проблем сектора торговли в России в перспективе будет способствовать разработанная и утвержденная Министерством промышленности и торговли «Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2010-2015 годы и период до 2020 года».

Abstract: the sector of trade, as a rule, is the final link in any chain of production-governmental, and that of the breadth and diversity of channels, as well as their level of time-dependent development, efficiency, volume and speed, which produced in the economy, and imported into the territory country's products reach the consumer. A decision of the strategic problems of the retail sector in Russia in the long run will promote Vova-developed and approved by the Ministry of Industry and Trade, «The strategy of trade in the Russian Federation in 2010-2015 and 2020».

Ключевые слова: стратегии развития и их выбор, стратегические альтернативы, возможности, прогнозы, механизмы, инструменты, инфраструктура, принципы, конкурентоспособность, сфера бизнеса, видение, миссия, цели, сценарии будущего развития сектора торговли, анализ состояния и развития торговой отрасли, ресурсное обеспече-

ние и финансирование стратегии, стимулирование развития удаленных каналов продаж.

Keywords: strategy development and selection, strategic alternatives, opportunities, projections, mechanisms, tools, infrastructure, policies, competitiveness, business scope, vision, mission, goals, scenarios for the future development of second-General of Trade, an analysis of state and development of trade industry, resource provision and financing strategies, promoting the development of remote sales channels.

Основными целями государства при формировании и выполнении стратегии развития торговли является рост и повышение конкурентоспособности экономики и, соответственно, рост качества жизни населения. Эти цели могут быть достигнуты только в случае реализации инновационного сценария развития экономики Российской Федерации. В то же время, неэффективное или недостаточно быстрое развитие сектора торговли может оказать негативное влияние на ключевые показатели развития экономики страны. Политика государства по отношению к сектору торговли может варьироваться в широких пределах и включать в себя меры по всему спектру, в том числе и меры по реализации проектируемой стратегии. При этом, чтобы организации торговли ими пользовались необходимо участие всех звеньев управления государства. Стратегия развития торговли затрагивает сегменты оптовой и розничной торговли товарами массового потребления, включенные в сектор Общероссийского классификатора видов экономической деятельности. Стратегия направлена, прежде всего, на создание эффективной товаропроводящей системы, соответствующей требованиям инновационного сценария развития экономики и с модернизации всей экономики России. Основная цель - создание товаропроводящей системы, обеспечивающей эффективную дистрибуцию для производителей (широкий географический охват, большая пропускная способность, низкие удельные издержки системы) и эффективное удовлетворение потребностей населения (физическая доступность товаров, ценовая доступность товаров, высокое качество товаров и услуг).

Для создания такой товаропроводящей системы необходимо значительно увеличить количество торговых площадей современных форматов в Российской Федерации, долю современных форматов в обороте отрасли, уровень консолидации в отрасли, долю удаленных каналов продаж. При этом необходимо обеспечить достаточный уровень конкуренции и поддерживать малый бизнес, не ограничивая развитие крупных торговых сетей.

Положительными чертами, которыми должна обладать стратегия торговли в РФ, являются:

- торговля оказывает существенный вклад в экономику РФ;
- качественное развитие сектора торговли положительно влияет на конкурентоспособность экономики;
- предпринимательская активность в торговле стимулирует инновации;
- сектор торговли оказывает существенный вклад в занятость;
- сектор торговли играет значимую роль в обеспечении высокого уровня жизни;
- сектор розничной торговли может выступать опережающим индикатором развития экономики.

Выбор той или иной государственной политики оказывает существенное позитивное или негативное влияние на развитие сектора торговли. Поэтому для достижения целей государства разработаны и утверждены в установленном порядке как общая Стратегия развития торговли в Российской Федерации, так и Стратегия развития внутренней торговли в РФ на 2010-2015 годы и период до 2020 года. Они позволяют ясно сформулировать задачи государственной политики по отношению к сектору торговли, механизмы и инструменты решения этих задач и определить четкий план действий органов государственной власти в выполнении всех стратегических действий.

Стратегия, прежде всего, должна обеспечивать формирование государственной политики, направленной на повышение инвестиционной привлекательности сектора торговли и совершенствование механизмов защиты прав и интересов хозяйствующих субъектов в сфере торговли.

Критерии эффективности товаропроводящей системы при формировании и выполнении стратегии развития торговли следующие:

1) объем торговых площадей современных форматов на 1000 чел. Именно этот критерий показывает географический охват системы дистрибуции для производителей и физическую доступность товаров для потребителей;

2) доля современных форматов в обороте отрасли. Современные форматы, по сравнению с традиционными, отличаются большей эффективностью продаж (оборот на кв.м.), меньшими удельными издержками, низкими ценами, более высоким качеством сервиса и контролем качества товарной продукции. Поэтому данный критерий описывает эффективность системы дистрибуции для производителей, ценовую доступность, качество товаров и услуг для потребителей;

3) степень консолидации отрасли (доля 5 крупнейших компаний):

а) консолидация позволяет реализовать критически значимые для отрасли эффекты масштаба в закупках, логистике, привлечении финансовых ресурсов;

б) только крупные компании имеют возможность осуществлять масштабные инвестиции в инвестиционные технологии и методы работы, то есть снижать издержки и повышать эффективность товаропроводящей системы;

в) крупные компании имеют возможность оказывать влияние на поставщиков с целью снижения цен, повышение качества товара, повышение эффективности бизнес-процессов, что приведет к росту конкурентоспособности экономики в целом, то есть будет важным условием реализации инновационного сценария развития экономики;

Данный критерий описывает эффективность системы дистрибуции для производителей, ценовую доступность, качество товаров и сервиса для потребителей, повышает конкурентоспособность экономики в целом;

4) доля удаленных каналов продаж в обороте торговли (географический охват товаропроводящей системы, качество сервиса (удобство) для потребителей, эффективность системы дистрибуции для производителей).

Сектор торговли Российской Федерации обладает критической значимостью для экономики страны, качества жизни населения, обеспечения безопасности и здоровья граждан. Эффективное (то есть, способствующее достижению целей государства) развитие сектора торговли может привести к целому ряду значимых положительных эффектов для государства, бизнеса и населения России. В то же время, неэффективное или недостаточно быстрое развитие сектора торговли может оказать негативное влияние на ключевые показатели развития страны.

Политика государства по отношению к сектору торговли может варьироваться в широких пределах и включать в себя меры по всему спектру: от жесткого регулирования и контроля операционной деятельности игроков до практически полного отсутствия регулирования сектора. Выбор той или иной государственной политики окажет существенное позитивное или негативное влияние на развитие сектора торговли. Поэтому для достижения целей государства необходимо было разработать Стратегию развития внутренней торговли в РФ, которая позволит ясно сформулировать задачи государственной политики по отношению к сектору торговли, механизмы и инструменты решения этих задач, а также опишет четкий план действий органов государственной власти. Стратегия развития торговли должна, в том числе, обеспечивать формирование государственной политики, направленной на повышение инвестиционной привлекательности сектора торговли и совершенствование механизмов защиты прав и интересов хо-

зяйствующих в сфере торговли интересов. Такая политика должна основываться на следующих принципах:

- преимущественно позитивное регулирование отношений в области торговли (принятие программ, концепций, пр., нормативных правовых актов, предусматривающих льготный порядок приобретения и реализации хозяйствующими в сфере торговли субъектами гражданских прав, пр.);

- введение ограничений и запретов для хозяйствующих в сфере торговли субъектов исключительно в тех случаях, когда негативные явления в сфере торговли не могут быть устранены иными способами;

- осуществление постоянного мониторинга среды в отрасли торговли с целью определения необходимости вмешательства государства в отдельные процессы или, напротив, ослабления государственного регулирования в случае достижения определенных целей.

Предпосылками формирования целостной и сбалансированной государственной политики в сфере торговли являются:

- закрепление функций по мониторингу отношений, возникающих при организации и осуществлении торговли, в том числе отдельными группами товаров, за единым федеральным органом исполнительной власти, формирование аналогичных структур в субъектах Российской Федерации и передача части полномочий на региональный уровень с целью своевременного выявления возможных проблем и формирования рекомендаций для всех вовлеченных в процесс регулирования сектора торговли органов исполнительной власти;

- инвентаризация действующей нормативно-правовой базы, регулирующей отношения, возникающие при организации и осуществлении торговли, с целью ее обновления с учетом современного состояния торговли, а также с целью консолидации норм, регулирующих отношения в сфере торговли;

- использование комплексного подхода к решению проблем в отрасли, основанного на анализе всей совокупности факторов, характеризующих отношения в сфере торговли, прогноза последствий принимаемых решений не только для торговли, но и других отраслей и экономики Российской Федерации в целом.

При этом баланс мер необходимо искать с учетом специфики российской экономики, уровня развития страны и ее культурных особенностей. Перечень мер не должен оставаться постоянным, а должен пересматриваться в соответствии с меняющейся внешней ситуацией. Соответственно, результаты применения тех или иных инструмен-

тов необходимо постоянно анализировать и корректировать по результатам анализа направление государственной политики.

Задачами в рамках разработки Стратегии должны быть: оптимальный выбор мер и инструментов, в наибольшей степени способствующих решению проблем сектора торговли и достижению целей государства в сложившихся экономических условиях.

Сектор торговли, как правило, является конечным звеном любой производственной цепочки, а соответственно именно от широты и разнообразия каналов, а также уровня их развития зависят эффективность, объемы и скорость, с которыми производимые в экономике и ввозимые на территорию страны товары достигают своего потребителя. Таким образом, стимулируя качественное развитие сектора торговли, государство может способствовать созданию необходимых условий для продвижения товаров различных отраслей, что положительно скажется на экономике страны в целом.

Развиваясь и желая увеличивать собственную эффективность, торговые организации стремятся к сокращению затрат, в том числе и на поставляемую продукцию, росту показателей операционной эффективности. Все это приводит к ужесточению требований для поставщиков и производителей, которые в данной ситуации оказываются вынужденными изыскивать пути повышения собственной производительности и эффективности. Подобные тенденции стимулируют инновационную активность в производственных процессах и, следственно, способствует модернизации экономики России в целом. При этом необходимо учитывать, что эффект роста производительности и эффективности по всей цепочке возможен только при достаточно сильной и консолидированной рознице.

В секторе торговли работает около половины малых предприятий РФ, на которых трудятся свыше 3 млн. человек. На сектор торговли приходится более 70% оборота малых предприятий РФ. Именно малые и средние торговые предприятия часто первыми начинают продажи новых товаров, производители которых еще не достигли необходимого масштаба для создания широкой дистрибуции и выхода в розничные сети. Таким образом, наличие достаточного количества малых и средних торговых предприятий и их высокое качество стимулируют инновационную активность в стране.

Для снижения уровня административных барьеров был принят Федеральный закон от 24 июля 2007г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», который направлен на создание единого правового пространства в сфере поддержки развития малого и среднего бизнеса, упорядочивание

требований к конкретным видам и формам поддержки, с целью снижения коррупции государственных органов.

На региональном уровне существует множество программ поддержки малого и среднего бизнеса, и на программные мероприятия выделяется достаточная сумма государственных финансовых средств. Практически в каждом регионе имеет место стратегия или программа поддержки малого и среднего предпринимательства, рассчитанная на среднесрочную перспективу. В данных региональных программах выделяется ряд общих мер поддержки малого и среднего бизнеса, которые стимулируют развитие розничных компаний на территории регионов.

При этом следует особо отметить вклад торговли и в общее развитие предпринимательства в стране, так как зачастую именно торговля является «первым шагом» для многих предпринимателей перед переходом в другие сферы экономической деятельности. Сектор торговли оказывает существенный вклад в занятость. Так, согласно данным статистической отчетности по состоянию на 2008г. в секторе торговли РФ действовало более 2 млн. хозяйствующих субъектов, 67% из которых – индивидуальные предприниматели. Сектор торговли – лидер среди всех секторов российской экономики по количеству созданных рабочих мест: общая численность занятых в секторе в 2008г. составила около 12 млн. человек или 17,7% от всего занятого населения страны.

Сектор торговли обеспечивает рабочими местами пятую часть экономически активного населения страны с уровнем оплаты труда, соответствующим среднему по стране. Однако в отрасли наблюдается значительный дефицит кадров, который вызван главным образом быстрым ростом сферы торговли в последние годы, низким социальным престижем низко квалифицированных работ в сфере торговли, недостаточным качеством обучения торговым специальностям в российских вузах.

Наибольший дефицит трудовых ресурсов наблюдается на уровне низко квалифицированного персонала и сотрудников средней квалификации. Проблемы с набором персонала низкой квалификации связаны, в первую очередь, с низким уровнем оплаты труда, высокой текучестью кадров, низкой мотивацией к работе и низкой степенью престижности профессии. Текучесть персонала данной категории может достигать до 50%, а спрос может превышать предложение в отдельных случаях в два раза.

Также существует дефицит кадров средней квалификации, который связан, с одной стороны, с быстрым ростом розничной торговли, с другой стороны, с недостаточным качеством подготовки выпускников вузов, обучающихся торговым специальностям.

Задачи по снижению дефицита низко квалифицированных кадров также являются непосредственной целью для малых и средних предпринимателей и крупных сетевых компаний. Основными инструментами снижения дефицита низко квалифицированного персонала для компаний малого, среднего бизнеса и крупных сетевых компаний, является повышение мотивации сотрудников. Введение компаниями систем повышения мотивации персонала посредством повышения заработной платы, создания благоприятных условий труда, предоставления возможности карьерного роста в компаниях снизит текучесть кадров и привлечет в отрасль дополнительный человеческий капитал.

Решению проблемы с дефицитом персонала средней квалификации помимо проведения корпоративных мероприятий, направленных на повышение мотивации сотрудников, может способствовать государственная поддержка, а именно создание государственно-частного партнерства между образовательными учреждениями и крупными розничными компаниями.

Следует отметить, что сектор торговли также играет значимую роль в обеспечении высокого уровня жизни. Это обусловлено тем, что уровень его развития, в первую очередь, способен оказывать влияние на конечные цены для потребителей и потребительскую инфляцию. Реализуется данная функция, как правило, через два механизма:

1) влияние торговых организаций на поставщиков и производителей с целью повышения общей эффективности цепочки при наличии у первых достаточной рыночной власти;

2) снижение удельных издержек в самой системе торговли с ростом масштаба деятельности и внедрением новых технологий. Безусловно, для снижения цен необходимы и соответствующие действия со стороны государства, которые обеспечат необходимый уровень конкуренции и приведут к тому, что выгоды от растущей эффективности организаций торговли и производителей будут транслироваться в более низкие цены для потребителей.

Наличие достаточного количества торговых площадей разнообразных форматов обеспечивает географическую доступность товаров для населения, то есть возможность приобрести товар, затратив разумное время и другие ресурсы на получение доступа к нему. Уровень обеспеченности населения торговыми площадями сегодня входит в число индикаторов, отражающих качество жизни в том или ином регионе.

Развитая и высоко эффективная торговля, диктуя высокие стандарты качества поставщикам и производителям, фактически выступает участником сферы контроля за

качеством продукции, попадающей к потребителям, и таким образом способна обеспечить положительный вклад в борьбе государства за безопасность здоровья и жизни населения.

Разнообразие каналов торговли также позволяет обеспечить и необходимое разнообразие ассортимента позиций, предлагаемых потребителю. Учет интересов, потребностей и предпочтений максимально широкого перечня групп населения, включая представителей малых народностей и религиозных конфессий, также позволяет судить о качестве жизни в том или ином регионе.

Сектор розничной торговли может выступать опережающим индикатором развития экономики, так как именно обороты розничной торговли используются в большинстве развитых стран, как индикаторы ожидаемого состояния экономики, так как снижение потребительской активности, неминуемо приводящее к падению темпов экономического роста, быстрее всего отражается на динамике розничного товарооборота.

Таким образом, состояние сектора торговли обладает критической значимостью для большинства аспектов жизни страны и ее граждан. Неэффективное развитие сектора может поставить под угрозу развитие экономики, качество жизни, безопасность и здоровье населения. Поэтому государство обязано разработать продуманную и эффективную стратегию развития сектора, обеспечивающую его эффективное развитие, максимально полную реализацию возможностей и предотвращение угроз.

Структура потребления отдельных видов товаров достаточно консервативна и в среднесрочной перспективе будет изменяться незначительно. В ней сохранятся приоритеты расходов на так называемые «обязательные» виды товаров, то есть товары, малоэластичные к доходам.

Предполагается, что в среднесрочной перспективе на фоне тенденции к консолидации отрасли, увеличению доли сетевой торговли в структуре оборота розничной торговли (более 30% объема продаж, а в крупных городах до 50%) и сокращению числа розничных рынков рост количества магазинов и павильонов, а также торговых площадей, будет обеспечиваться за счет открытия магазинов современных форматов и соответствующего увеличения обеспеченности населения качественными торговыми площадями.

Основными факторами, влияющими на развитие современных удаленных каналов продаж, таких как Интернет-торговля, являются:

- степень проникновения недорогого и качественного (широкополосного) доступа в Интернет;

- развитая система почтовой и курьерской доставки;
- развитая и надежная (безопасная) система электронных платежей;
- защищенность прав потребителей при осуществлении покупок через удаленные каналы.

Оказание влияния на развитие первых двух факторов лежит за пределами данной стратегии и должно рассматриваться соответствующими министерствами и ведомствами при разработке стратегий по развитию системы коммуникаций в стране.

Обеспечение развитой и надежной системы электронных платежей требует наличия прозрачного законодательства, регулирующего электронные платежи и позволяющего снизить степень «серости» этого рынка и защитить права потребителей. Для увеличения степени защищенности потребителей, при взаимодействии с удаленными каналами торговли, необходимо повысить прозрачность компаний, оперирующих в данном сегменте.

Следует отметить, что в настоящее время существует множество проблем, связанных с государственным регулированием сектора торговли.

Согласно результатам анализа эффективности действующей системы регулирования сектора торговли по мнению представителей сектора торговли и экспертов можно выделить 5 основных факторов неэффективности регулирования:

Чрезмерное регулирование некоторых аспектов торговой деятельности

Существует ряд аспектов торговой деятельности, в которых присутствует чрезмерное регулирование, не обязательное для достижения целей государства по прозрачности бизнеса и/или безопасности для потребителей, но создающее дополнительные барьеры, в том числе коррупционные, для предпринимателей. Например, это запрет на размещение в жилых зданиях торговых площадей более 1000 кв. м., в то время как современные строительные технологии позволяют избежать превышения разрешенного шума. Дополнительной проблемой является также запрет на учет в себестоимости потерь, понесенных продавцом в процессе осуществления своей операционной деятельности, таких, например, как бой тары при транспортировке и складировании.

Недостаток внимания отдельным аспектам торговли.

При чрезмерном регулировании ряда аспектов торговой деятельности, другие аспекты регулируются недостаточно. Например, Интернет-торговля регулируется относительно слабо, что создает, в т.ч., опасность для жизни и здоровья потребителей. Существует проблема не только с нормативно-правовым регулированием, но и с правоприменительной практикой. Контролирующие организации часто склонны сильнее

проверять деятельность крупных и относительно прозрачных компаний, чем малых и «серых», хотя нарушений в деятельности последних в среднем значительно больше.

Злоупотребление полномочиями

Злоупотребление местными органами власти своими полномочиями – одно из главных препятствий для развития торговли в РФ. Местные органы власти часто имеют личную заинтересованность в бизнесе региональных розничных компаний и препятствуют конкуренции, затягивая выдачу разрешений на строительство, лицензий и др. новым рыночным игрокам. Кроме того, высокий уровень коррупции при получении разрешений, лицензий, сертификатов и различных проверок существенно увеличивает необходимые для развития торговли инвестиции и расходы, что существенно снижает инвестиционную привлекательность отрасли.

В секторе оптовой торговли можно отметить злоупотребления и халатность со стороны сотрудников таможенных органов. В частности, отмечаются неоправданно длительные сроки оформления грузов, халатное обращение с грузами и их неправильное хранение, приводящие в отдельных случаях к порче или полной потере груза.

Проблемы, связанные с недостаточностью инфраструктуры и кадров

Одной из наиболее острых проблем, препятствующих развитию сектора внутренней торговли в РФ, является недостаточно развитая инфраструктура, а именно неразвитость торговой инфраструктуры в РФ по сравнению с зарубежной, неприспособленность инфраструктуры, созданной до 1990-х годов, для осуществления современных форм торговли, недостаточные темпы и объемы строительства новых торговых площадей. Под инфраструктурой в данном случае понимаются не только базовые инфраструктурные объекты, такие как дороги, порты, склады, торговые объекты, сети электроснабжения, но и инфраструктура услуг для сектора торговли, включающая наличие необходимого количества высоко развитых логистических компаний, дистрибуторов и оптовых поставщиков, сертифицирующих и лицензирующих организаций, компаний, работающих на рекламном рынке, образовательных учреждений. К проблемам в области инфраструктуры услуг относятся также слабые хозяйственные связи между производителями и организациями торговли; недостаточный уровень развития кооперации; наличие большого числа посредников между небольшими производителями и небольшими торговыми организациями.

Слабое развитие базовой инфраструктуры

В том, что касается состояния базовой инфраструктуры, все участники рынка отмечают ее острый недостаток. Основное беспокойство у торговых организаций всех

товарных сегментов вызывает низкая обеспеченность дорогами многих населенных пунктов и даже отсутствие дорожной связи между отдельными территориями. Такое положение дел не позволяет в срок и в достаточном количестве осуществлять поставки товаров во многие регионы, нарушает процесс товарообмена между регионами, тесно связанными торговыми отношениями, создает угрозу дефицита и приводит к росту цен на отдельные группы товаров. Аналогично складывается ситуация и со складскими площадями. Для таких товаров, как продукты питания, требующих особых условий хранения, проблема отсутствия складов приводит к тем же последствиям, что и низкая обеспеченность дорогами.

Проблему представляет собой также непрозрачность процедуры получения земли и разрешений на строительство торговых и логистических объектов. Местные власти зачастую затягивают выдачу земли / разрешений в силу коррупционных причин (препятствие выходу на рынок конкурентов для местных компаний, в которых представители власти имеют личную заинтересованность; требование взяток).

Даже в случае получения земли и разрешения на строительство, проблему представляет собой подключение торгового или логистического объекта к коммуникациям. Зачастую подведение коммуникаций приходится самостоятельно осуществлять компаниям, строящим объект, что может приводить к удорожанию стоимости строительства до 3-х раз. Такая ситуация существенно снижает инвестиционную привлекательность отрасли и тормозит строительство новых торговых и логистических объектов.

Низкое качество инфраструктуры услуг

В числе факторов, препятствующих развитию сектора торговли можно отметить и слабо развитую инфраструктуру услуг. Недостаток на рынке логистических компаний, способных предложить качественные услуги также вызывает затруднения сектора торговли, так как вынуждает многие торговые организации интегрироваться в логистику.

Представители сектора торговли электроникой и бытовой техникой отмечают в качестве одной из проблем высокую концентрацию рынка рекламы.

Отсутствие устойчивых прямых хозяйственных связей между производителями и организациями торговли (особенно, небольшими локальными рыночными игроками); недостаточный уровень развития кооперации среди малых производителей и малых организаций торговли; наличие большого числа посредников также отмечаются представителями малого и среднего бизнеса, как в производственной, так и в торговой сфере.

Кадровый дефицит

Большинство участников сектора торговли отмечают низкий уровень подготовки персонала для торговых организаций. Дефицит / недостаточная квалификация кадров отмечается на всех уровнях, в т.ч. торговые компании отмечают необходимость переобучения сотрудников среднего звена – выпускников факультетов вузов, обучающихся торговым специальностям. То есть, фактором дефицита квалифицированных кадров среднего звена является неэффективность программ обучения торговым специальностям в российских вузах. Ключевыми факторами дефицита сотрудников низкой квалификации являются социальная непрестижность рабочих профессий в торговле, низкие зарплаты и социальные гарантии (отсутствие таковых).

Внутренняя торговля Российской Федерации представлена двумя крупными секторами: сектором оптовой и сектором розничной торговли. Сектор оптовой торговли выполняет посреднические функции между производителями и организациями розничной торговли, и розничная торговля является определяющей по отношению к оптовой торговле. Характеристики розничного сектора определяют такие характеристики сектора оптовой торговли как объем товарооборота, ассортимент продукции, цены на продукцию (частично), географическую локализацию бизнеса предприятий оптовой торговли.

Уровень развития самого сектора торговли определяется рядом факторов, среди которых наиболее значительны следующие:

- уровень благосостояния населения;
- численность населения;
- плотность населения;
- доступность и стоимость финансовых ресурсов;
- развитие базовой инфраструктуры и инфраструктурных услуг (логистических, строительных и др.).

Именно эти факторы определяют объем платежеспособного спроса и уровень издержек по формированию предложения в сфере розничной торговли, которые обуславливают инвестиционную привлекательность сектора и, следовательно, скорость его развития.

Кроме указанных пяти факторов, также важными являются: определенность структуры потребительских предпочтений, положительные ожидания населения относительно экономической ситуации в стране, стабильность экономической ситуации в

стране. Последние факторы определяют объем потребительских расходов, структуру потребительских расходов и уровень рисков инвестиционных планов.

Для реализации Стратегии необходимо выполнить следующие задачи:

- 1) повышение эффективности регулирования сектора торговли;
- 2) развитие инфраструктуры торговли;
- 3) стимулирование развития торговли в малых и отдаленных населенных пунктах;
- 4) обеспечение необходимого уровня конкуренции
- 5) поддержка развития малого и среднего бизнеса без ограничения развития сетей;
- 6) снижение кадрового дефицита в торговле;
- 7) стимулирование развития удаленных каналов продаж.

Каждой из этих задач соответствует свой набор механизмов и инструментов реализации.

При повышении эффективности регулирования сектора торговли законодательство и административные процедуры, регулирующие различные аспекты торговой деятельности в РФ, по мнению участников сектора торговли, характеризуется несколькими проблемными областями, негативно сказывающимися на развитии торговли. Во-первых, некоторые аспекты торговой деятельности являются чрезмерно зарегулированными. Во-вторых, отдельные положения нормативно-правовых актов допускают неоднозначное толкование в силу недостаточного раскрытия понятийного аппарата. Во-вторых, отсутствие в некоторых случаях четкого разграничения полномочий по регулированию торговой деятельности между федеральными и региональными властями. В-третьих, отдельные нормативно-правовые акты, регулирующие различные аспекты торговой деятельности, содержат пункты, противоречащие друг другу. В-четвертых, некоторые аспекты торговли пока, по мнению участников сектора, остаются вне внимания регулирующих органов. Помимо законодательных ограничений, дополнительным препятствием развития торговли является сложность, запутанность и длительность процедур, связанных с регистрацией и ведением торговой деятельности. Для решения проблем с развитием торговли в малонаселенных и отдаленных населенных пунктах государству необходимо включить в разрабатываемую методику территориального планирования, градостроительного зонирования и планировки территорий (см. пункт «Развитие инфраструктуры») способы распределения территорий по трем вышеописанным типам, с разбивкой всех населенных пунктов РФ по степени экономической

привлекательности для розничных компаний. Программа зонирования позволит государству оптимальным образом выбрать инструмент развития торговли на территории населенного пункта.

Для районов, относящихся к первому типу - наиболее привлекательных с экономической точки зрения для розничных игроков, не рекомендуется проводить дополнительных государственных мероприятий по развитию розничной торговли.

Для населенных пунктов, относящихся к категории относительно привлекательных, региональным и федеральным властям следует применять один или несколько механизмов:

- льготное предоставление земли / площадей;
- налоговые льготы;
- включение обязательств по открытию торговых точек на данных территориях в условия тендеров на открытие торговых точек на привлекательных территориях;
- поддержка кооперации малых производителей и торговых предприятий, находящихся на данных территориях.

Для развития торговли в непривлекательных населенных пунктах также следует использовать масштабные налоговые льготы, предоставление земли в безвозмездное пользование и поддержку кооперации. Тем не менее, в РФ в обозримом будущем останется значительное количество населенных пунктов на территориях данного типа, в которых частному бизнесу создавать объекты торговли будет невыгодно, несмотря ни на какие льготы. Развитие торговли на таких территориях в любом случае будет требовать прямого государственного финансирования. Для доставки товаров в такие населенные пункты необходимо использовать либо государственные программы, такие как программа «Северного завоза», либо механизмы сетевого контракта (государственного заказа).

При использовании механизма сетевого контракта государство должно будет разработать специальную Программу, согласно которой некоторые розничные компании, желающие развиваться на особо привлекательных (с экономической точки зрения) рынках будут обязаны обеспечить доставку товаров потребителям и на удаленных непривлекательных территориях. Доставка товаров может быть осуществлена как за счет строительства стационарных объектов торговли, так и за счет организации передвижных торговых пунктов. При этом в обязательства государства должно входить обеспе-

чение продавцов розничной торговли, работающих на таких непривлекательных территориях, уровня возврата на инвестиции, равного стоимости капитала. Реализация данного обязательства может быть решена несколькими способами, среди которых и прямое финансирование государством строительства объектов торговли и субсидии на ведение бизнеса.

Для реализации данных мероприятий каждому региону будет необходимо разработать «паспорт региона», отражающий, к какому типу относятся различные муниципальные образования на территории региона.

Обеспечение справедливой конкуренции необходимо для развития розничного сектора. Поскольку розничный сектор является важным с точки зрения благосостояния населения и экономики страны, в целом, необходимы эффективные антимонопольные механизмы, предотвращающие практики, которые являются недопущением, ограничением или устранением конкуренции. В качестве дополнительной меры поддержки конкуренции необходимо предусмотреть разработку региональных программ развития конкуренции на потребительском рынке.

В целом, механизмы, способствующие поддержанию конкуренции на рынке розничной торговли, уже определены антимонопольным законодательством Российской Федерации, и ведется постоянная работа по совершенствованию этого законодательства. Эффективная работа антимонопольных органов является достаточной мерой для поддержания конкуренции, и дополнительные, сдерживающие меры могут иметь результаты, негативные для развития отрасли.

Прогнозируемые основные социально-экономические показатели сектора торговли к 2015 году в текущих ценах:

- Вклад в ВВП: 20,3% - 20,9%.
- Оборот сектора: 79,5 – 100,0 трлн. руб.
- Оборот розничной торговли на душу населения: 177 – 221 тыс. руб. на человека.
- Занятость: от 10,6 до 12,0 млн. чел.;
- Налоговые поступления: 1,7 – 2,1 трлн. руб.;
- Производительность розничной торговли: 3,3 – 3,7 млн. руб. на одного занятого в торговле.
- Доля современных форматов в торговле: 55%.
- Заработная плата: 26,3 – 33,3 тыс. руб. на человека в месяц.

- Инвестиции: 738 – 930 млрд. руб.
- Обеспеченность современными продовольственными торговыми площадями: 121 – 136 кв. м на одну тысячу человек.

При реализации стратегии развития сектора торговли немаловажное значение отводится стимулированию развития удаленных каналов продаж. На первом этапе создаются институционные базы (с 1 января 2010 года – 31 декабря 2011 года). На втором этапе осуществляется ускоренный рост (1 января 2012 года – 31 декабря 2013 года). На третьем этапе предполагается дальнейшее развитие (1 января 2014 года – по 31 декабря 2012 года).

Литература:

1. Стратегия развития в Российской Федерации на 2010-2015 годы и период до 2020 года.-М.: Минпромторг Российской Федерации, 2010.
2. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2012 год и плановый период до 2013-2014 годы. – М.: Министерство экономического развития Российской Федерации, 2011.
3. Винокуров В.А. Стратегическое планирование на предприятии. – М.: ЦЭМ, 2010.
4. Забелин П.В., Моисеева Н.К. Основы стратегического управления. – М.: ИВЦ Маркетинг, 2011.
5. Карлоф Б. Деловая стратегия (Концепция, содержание, символы). – Пер. с англ.- М.: Экономика, 2011.