

РЕГУЛИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РЫНОЧНОЙ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЕ

Таблица 1

Влияние институциональной среды на развитие розничной торговли

№ п/п	Параметры влияния	Направленность влияния
1	По вектору направленности	Прямое
		Косвенное
2	По методам и инструментам	Через систему законодательных и нормативно-правовых актов (предписывающий характер влияния)
		Через экономические рычаги и стимулы (воздействующий характер влияния)
		Через составляющие имиджа и социальный статус (рекомендательный характер влияния)
3	По результату	Негативное / катастрофическое / деструктивное
		Стабилизирующее
		Положительное / сбалансированное / конструктивное

Формальные и неформальные институты

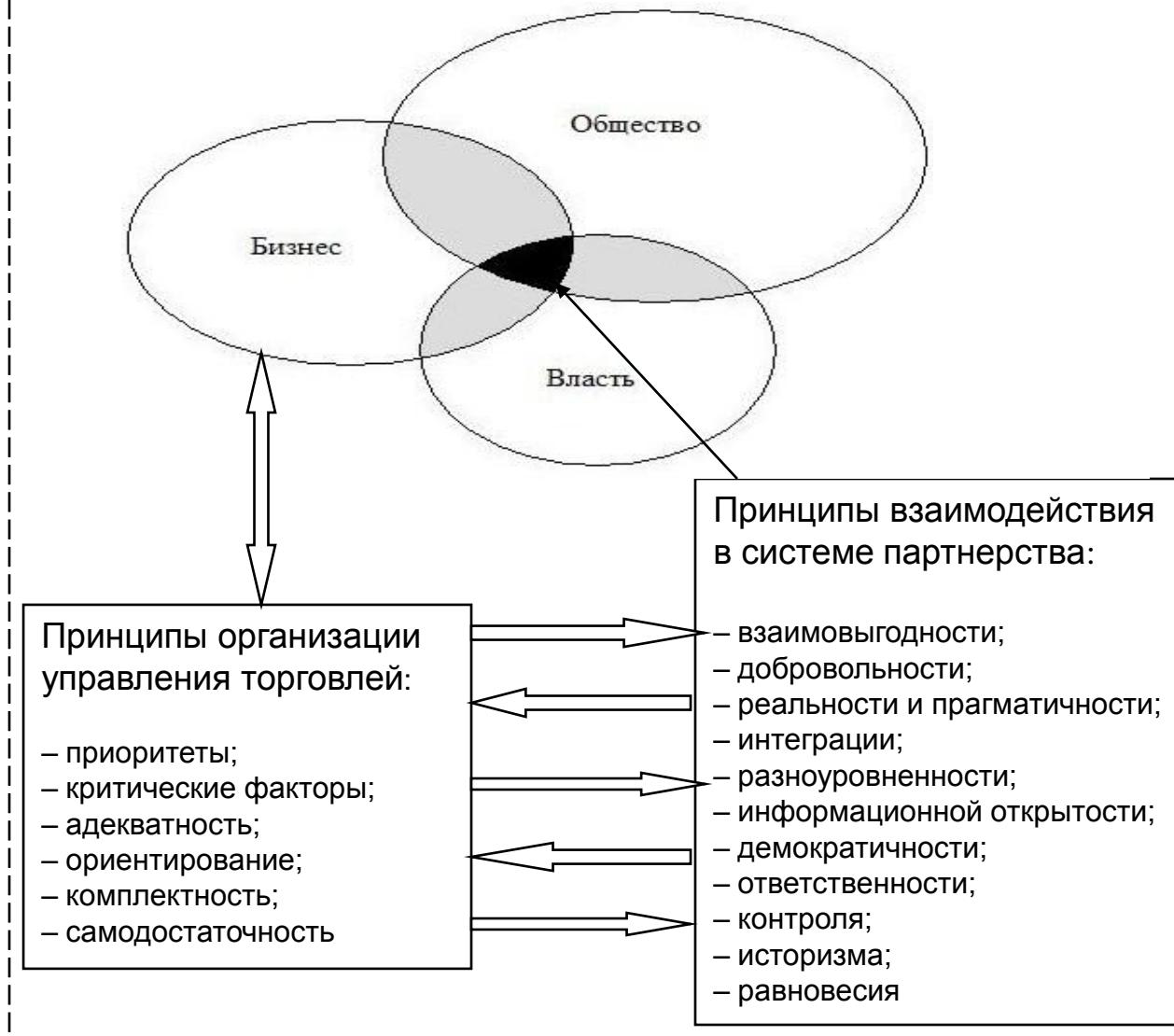


Рис. 1. Принципы согласования интересов (взаимодействия) муниципалитета и хозяйствующих субъектов рынка розничной торговли

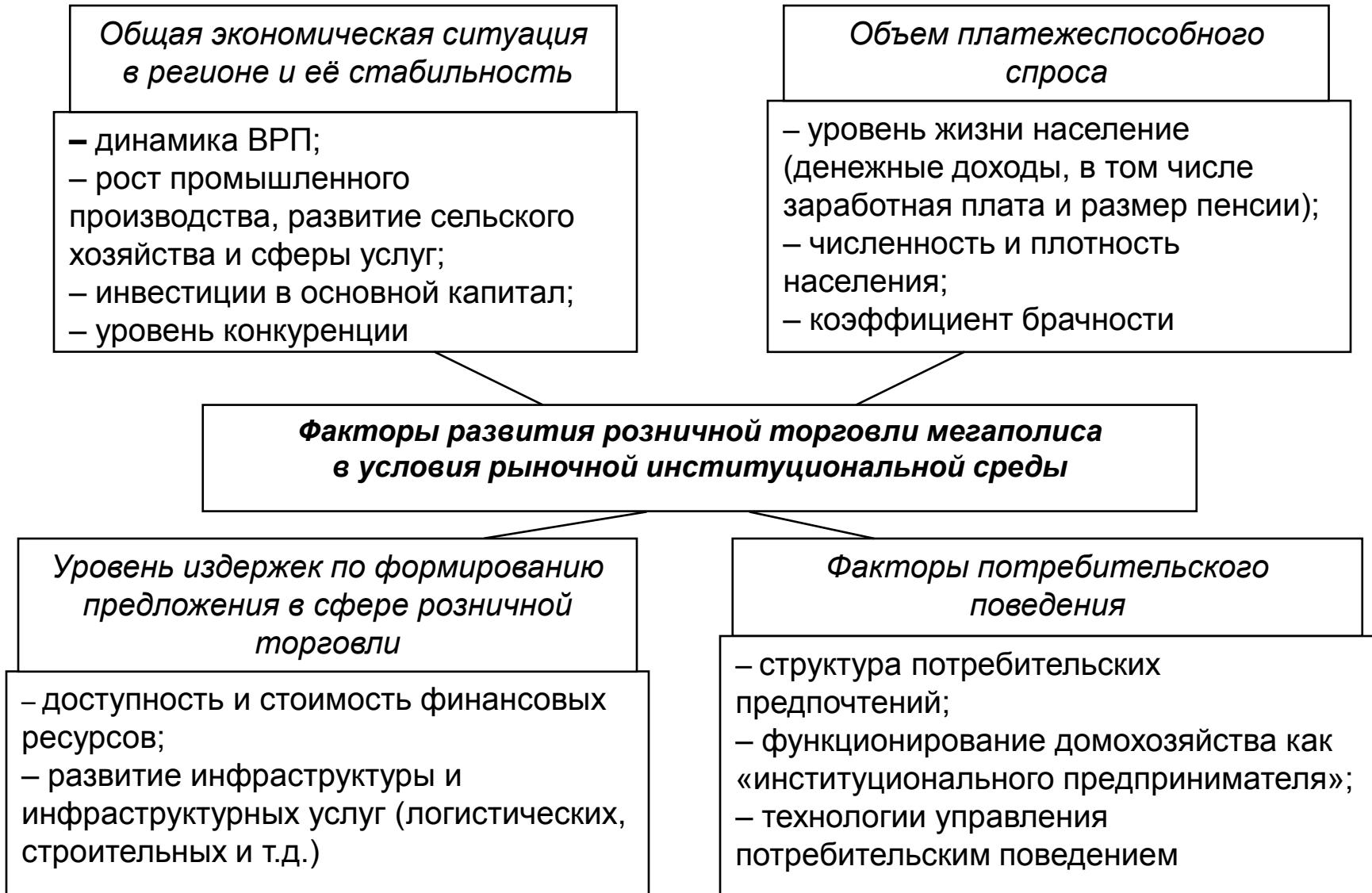


Рис. 2. Основные факторы развития розничной торговли в условиях рыночной институциональной среды

Проблемы функционирования и развития розничной торговли

Отраслевой характер

Недостаточное развитие транспортной и торговой инфраструктуры отрасли

Недостаток и низкая квалификация кадров на всех уровнях

Высокие издержки обращения (транспортные расходы, арендная плата, проведение коммуникаций и др.)

Нехватка собственных оборотных средств, финансовых ресурсов

Слабое техническое, информационное обеспечение и технологическое переоснащение

Разрыв хозяйственных, региональных и межрегиональных связей, слабые хозяйствственные связи между производством и торговлей

Неэффективная логистика, система товародвижения, наличие большого числа посредников

Рыночной характер

Высокий уровень инфляции

Высокий уровень конкуренции

Глобализация и сетизация торговли

Низкий платежеспособный спрос населения, низкий уровень потребительских предпочтений

Высокие затраты на маркетинговые исследования

Труднодоступность информации об объеме и конъюнктуре рынка

Недостаточное развитие сети информационных, консалтинговых и маркетинговых услуг

Необоснованный рост цен на отдельные товары

Низкая эффективность взаимодействия всех субъектов отраслевого рынка

Низкое обеспечение товарными ресурсами местных производителей

Муниципальное регулирование

Недостаточная системность действующей нормативно-правовой базы

Неразвитость системы страхования рисков

Административные барьеры в организации и поддержке малых предприятий в торговле; отсутствие отрасли торговли в программах инновационного развития региона

Чрезмерное регулирование некоторых аспектов торговой деятельности, нестабильность установленных «правил игры», несовершенство законодательства

Отсутствие действенных мер защиты от бюрократизма, коррупции и некомпетентности чиновников, многочисленные административные барьеры

Несбалансированность регулирования отдельных аспектов торговой деятельности; злоупотребление полномочиями со стороны контролирующих органов (несоблюдение сроков и процедуры проведения проверок и т. п.), препятствие развитию конкуренции, сложности в реализации права выкупа арендуемых площадей

Рис. 3. Основные проблемы функционирования и развития розничной торговли

МУНИЦИПАЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Формальные институты:

- нормативно-правовые акты территориального значения;
- нормативы обеспеченности населения территории торговыми площадями;
- документы территориального планирования;
- система муниципальных грантов и заказов;
- союзы, ассоциации с участием муниципалитета;
- сеть социальных магазинов;
- правила организации и работы рынков, ярмарок;
- контроль качества товаров и услуг;
- соглашения о социальном партнёрстве

Неформальные институты:

- консультации и переговоры органов местного самоуправления с крупными игроками по стратегическим вопросам развития рынка;
- организация муниципальных социальных грантов и заказов под конкретных исполнителей;
- создание искусственных барьеров для вхождения на территориальные рынки;
- бюрократические нормы и процедуры;
- создание условий формирования системы подготовки кадров

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Формальные институты:

- федеральные и региональные законы;
- постановления Правительства РФ, субъектов РФ;
- постановления и приказы Минпромторга РФ, региональных министерств и ведомств;
- нормативно-правовые акты по отдельным вопросам торговой деятельности;
- федеральные и региональные стратегии, программы развития торговли

РЫНОЧНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ Формальные институты:

- стратегия и политика организации с целью максимизации прибыли (документированная);
- договоры и соглашения с поставщиками, партнёрами, покупателями;
- документированные технологии организации торговых процессов;
- методики формирования цен на товары и услуги, объявления о ценах на ресурсы, тарифах и т. п.;
- документированная система найма и вознаграждения работников;
- союзы и ассоциации представителей торгового бизнеса

Неформальные институты:

- ценовой сговор;
- «сложившиеся» схемы закупок/поставок (с системой откатов и вознаграждений);
- ценовые манипуляции с учётом уровня конкуренции и рыночной конъюнктуры;
- налоговая «оптимизация»;
- двойная система бухгалтерского учёта;
- коррупция (взятки за доступ к ресурсам, серые зарплаты работникам)

Базовые элементы рынка розничной торговли:
спрос, предложение, цена, конкуренция

Рис. 4. Система государственных/муниципальных и рыночных регуляторов
развития розничной торговли

Эффекты государственного регулирования торговли

Жесткая модель

– Защита малого бизнеса

– Защита отечественных игроков (производителей и торговых организаций)

– Контроль уровня цен

– Обеспечение занятости населения и снятие социальной напряжённости в обществе

Мягкая модель

– Развитие современных форматов торговли в том числе сетевых

– Рост производительности труда

– Снижение розничных цен

– Рост качества розничного предложения, обеспеченности населения торговыми площадями

– Развитие логистической инфраструктуры

Рис. 5. Эффекты государственного регулирования торговли

Целевая программа «Построение взаимодействий (коммуникаций)»

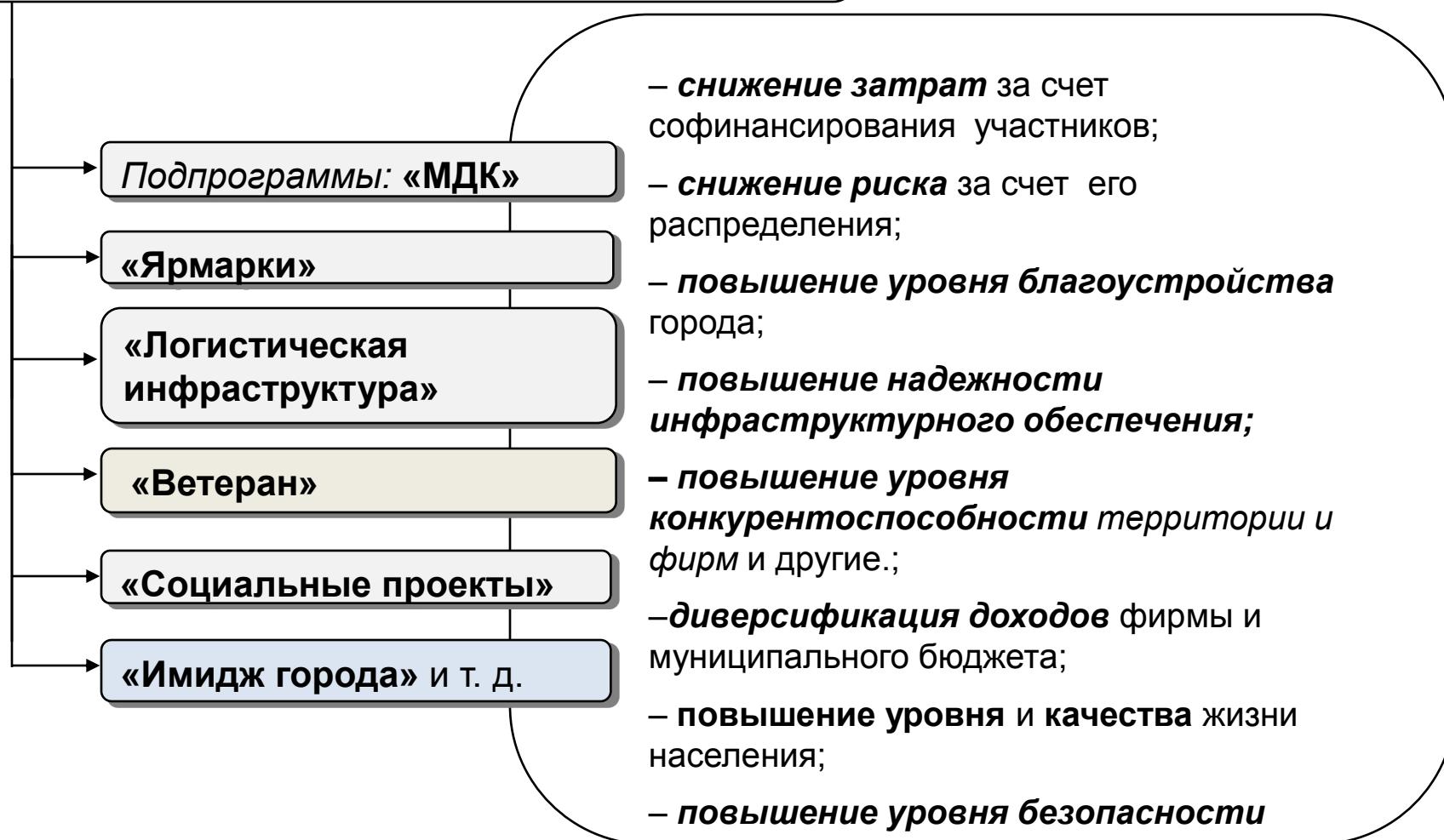


Рис. 6. Примерная структура целевой программы
«Построение взаимодействий (коммуникаций)»
и ее предполагаемые преимущества

Определение целей взаимодействия субъектов рынка розничной торговли города

Формирование принципов взаимодействия

Конкретизация решаемых задач

Анализ и оценка современного состояния розничной торговли мегаполиса

Методы анализа:

- экономической статистики (индексный, обработка рядов динамики);
- математико-статистические (корреляционный, регрессионный, факторный);
- системный;
- целевой;
- проблемный;
- экспертных оценок

Направления анализа:

- состояния отрасли;
- инфраструктурных составляющих;
- системы управления и регулирования функционированием и развитием розничной торговли (оценка эффективности механизма регулирования)

Определение и оценка узловых проблем (производственного и рыночного характера, муниципального регулирования), ограничивающих деловую активность организаций и развитие розничной торговли города

Критерии оценки:

- глубина проблемы;
- вероятность усугубления проблемы;
- невозможность преодоления проблемы рынком торговли самостоятельно;
- низкая эффективность существующих механизмов регулирования;
- оценка необходимости муниципального вмешательства

Разработка направлений взаимодействия субъектов рынка розничной торговли

Совершенствование НПБ взаимодействия. Индикативное планирование

Построение цепочек взаимодействия

Разработка системы конкретных мероприятий

Контроль исполнения мероприятий и мониторинг рынка

Оценка эффективности механизма регулирования

Корректировка системы мероприятий и их реализация с учетом выявленных недостатков

Рис. 7. Механизм согласования интересов (взаимодействия) муниципалитета и хозяйствующих субъектов рынка розничной торговли

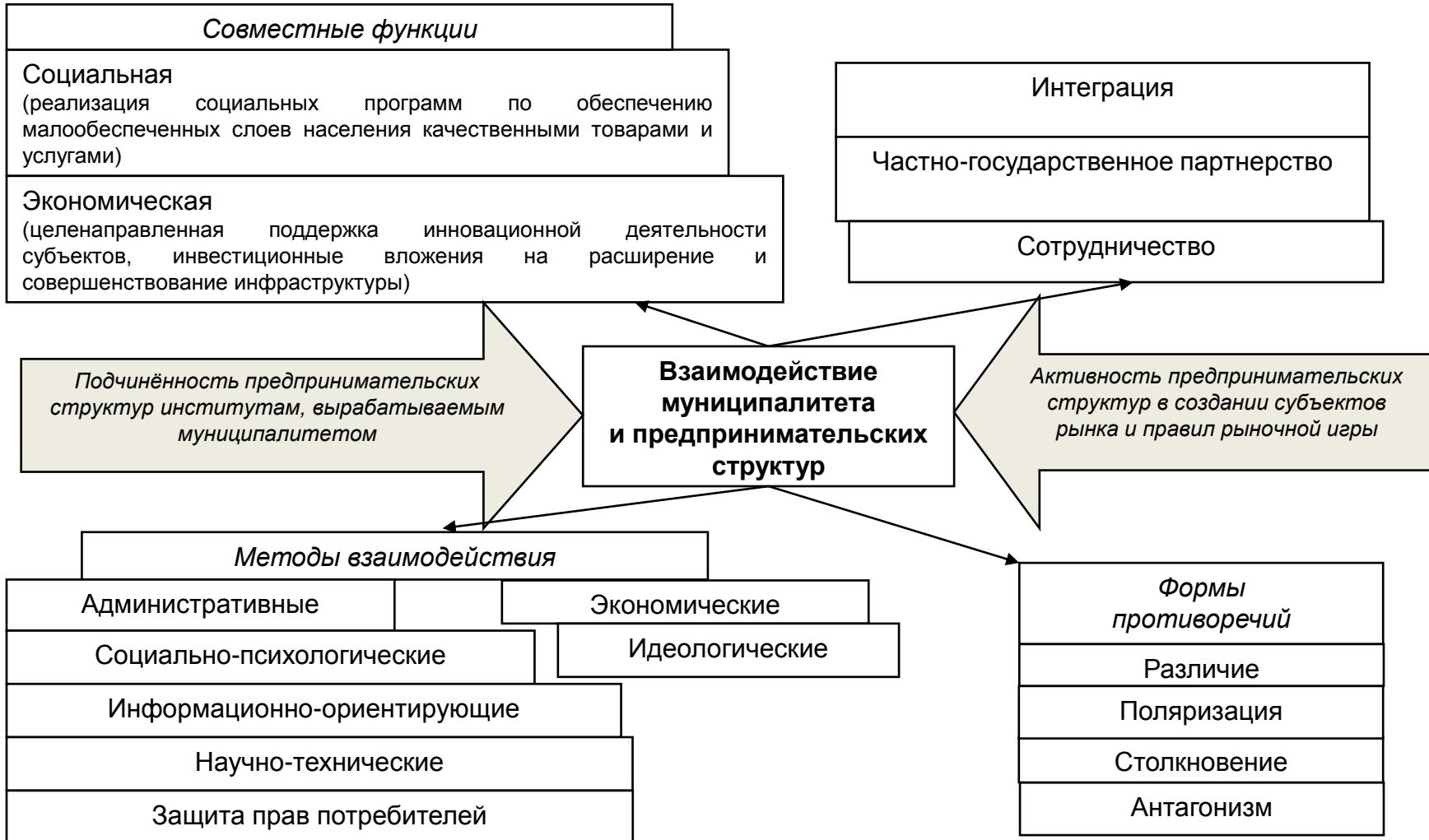


Рис. 8 Основные элементы системы взаимодействия муниципалитета и предпринимательских структур рынка розничной торговли

Факторы способствующие взаимодействию

Факторы, препятствующие взаимодействию

Экономические и технические

Недостаток средств на достижение оптимальных для взаимодействия материально-технических условий (кадры, финансы, технологии, консалтинг, маркетинг)

Наличие материально-технических средств. Прогрессивные технологии (или возможности их разработки). Отраслевые и рыночные изменения. Высококвалифицированный персонал

Политические и правовые

Отсутствие развитой институциональной среды. Высокие риски, характерные для региональной экономики. Постоянное изменение правил экономической игры. Препятствия правовой неопределенности, слабый уровень защищенности прав собственности

Наличие стабильной, действенной правовой базы

Организационно-управленческие

Отсутствие муниципальной долговременной стратегии развития, общего проекта, предполагающего акцентировать внимание на развитии розничной торговли города.

Неэффективное муниципальное управление (дефицит квалифицированных управленцев, низкая зарплата чиновников не способствует притоку талантливых управленцев и порождает коррупцию)

Гибкость организационной структуры. Демократический стиль управления. Наличие предпринимательской бизнес стратегии. Хорошее информационное обеспечение, преобладание горизонтальных потоков информации. Децентрализация управления. Автономность

Социально-психологические

Ориентация предпринимателей на краткосрочные вложения, рассмотрение муниципальной поддержки как возможности извлечения максимальной прибыли в короткие сроки

Общественное признание. Обеспечение возможности самореализации. Мотивация. Гибкость. Устойчивый психологический климат

Таблица 2

Основные принципы регулирования
развития розничной торговли мегаполиса, лежащие в основе механизма
взаимодействий муниципалитета и предпринимательских структур

1. Неразрывность

**2. Системный
подход**

3. Динамический и комплексный подход

4. Первостепенность

5. Многообразие

6. Оптимизация размещения

7. Целесообразность

8. Обеспечение качества

Меры организационного характера

- мониторинг ценовой ситуации в предприятиях розничной торговли

- многосторонние соглашения об ограничении роста цен

- двусторонние договорённости о применении минимальных торговых надбавок на социально значимые товары

- социальные акции, ярмарки «выходного дня» с привлечением местных товаропроизводителей

- развитие межрегиональных связей для установления прямых контактов с производителями

- информирование населения через СМИ о ситуации на рынке

- организация «губернских магазинов» и рынков, постоянно действующих торговых площадок для реализации продукции местными производителями

- разработка программных мер в заготовительной деятельности по закупке излишков с/х продукции, дикоросов потребительской кооперацией

Меры инвестиционно-финансового характера

- меры по замещению ввозимой социально значимой продукции из-за пределов региона продукцией местных производителей (целевые инвестиционные проекты)

- инвестиционно-финансово-кредитная поддержка субъектов АПК

- закуп продовольственной пшеницы в региональные фонды в целях создания необходимых запасов и обеспечения потребности населения региона в хлебе по доступным ценам

- государственное субсидирование торговых предприятий через частичное возмещение транспортных расходов по доставке товаров первой необходимости

- внедрение муниципальных дисконтных карт для малоимущих слоёв населения в предприятиях торговли, открытие магазинов-дискаунтеров в сельских населённых пунктах

Принципы экономического обоснования предельного уровня розничных цен:

- информативность;
- стратегическое партнёрство (или релевантность производителя / поставщика);
- обоснованности затрат;
- товарно-ценовая дифференциация

Рис. 8. Система принципов и косвенных мер по регулированию ценообразования в розничной торговле

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!