

СТРАТЕГИЯ
развития торговли в
Российской Федерации
на 2011 – 2015 годы и период
до 2020 года

Основная цель Стратегии

- максимальное полное удовлетворение потребностей населения в услугах торговли (*физическая доступность, ценовая доступность товаров, высокое качество товаров и услуг*) путем создания эффективной товаропроводящей инфраструктуры (*широкий географический охват, большая пропускная способность, низкие удельные издержки*)

Анализ состояния и развития торговой отрасли в мире

- Вклад торговли в мировой ВВП составляет около 10% (В РФ около 20 %) , а в общую занятость – до 13% 9 (В РФ около 17%);
- Доля расходов населения на потребительские товары может достигать почти 70%;
- Малые и средние предприятия обычно составляют около 99% или более всех компаний отрасли, предоставляют около 50% рабочих мест, обеспечивают значимую долю оборота розничной торговли.

Розничная торговля

- Доля современных форматов торговли в общем розничном обороте широко варьируется от страны к стране. В наиболее развитых странах она превосходит 70%. В РФ около 35 %.
- *Современный формат магазина – магазин самообслуживания, предлагающий широкий ассортимент, площадью более 400 кв.м., имеющий один или более прилавков свежей продукции и предлагающий дополнительные сервисы для покупателей на своей территории (банкомат, парковка, кафе, туалеты, аптеки, пункты по печати фотографий и др.). В мировой практике к современным форматам относят: гипермаркеты, супермаркеты, магазины «Кэш & Керри», дискаунтеры.*

Розничная торговля

- В мировой розничной торговле возрастает роль продаж через Интернет. В наиболее технологически развитых странах доля Интернет-торговли достигает 5% (в РФ -1.4%);
- Высокая степень консолидации розничной торговли. В развитых странах от 50 до 97%, в РФ- 11%.

Оптовая торговля

- Характерной чертой развития оптовой торговли в развитых странах стало повышение степени концентрации оптового оборота. В результате крупные независимые оптовые фирмы превратились в организаторов торгового оборота. Малые фирмы сузили поле своей деятельности и сосредоточились на оказании клиентам специализированных услуг.

Оптовая торговля

- Спецификой современной зарубежной оптовой торговли является комбинирование оптовых и розничных операций у торговых фирм. Причем такое комбинирование имеет две стороны: первая – оптовые организации выполняют функции розничного звена, реализуя товары непосредственно населению, вторая – розничные предприятия берут на себя функции оптовой торговли, устанавливая прямые контакты с производителем товаров.

Оптовая торговля

- создание в составе сетевых торговых компаний **распределительных центров**, не выполняющих самостоятельную закупочную деятельность, но обеспечивающих формирование универсального торгового ассортимента для бесперебойного снабжения супермаркетов;
- образование **«открытых распределительных центров»** в качестве самостоятельных оптовых фирм;
- расширение сети магазинов-складов по технологии «Кэш-энд-Кэрри»;
- образование закупочных центров при ассоциациях розничных торговых предприятий, потребительских кооперативов, крупных независимых супер- и гипермаркетов.

Особенности развития торговли в РФ

- Торговая отрасль на протяжении последних лет – одна из наиболее быстро развивающихся отраслей экономики России, опережающая по темпам роста многие отрасли.
- Торговая отрасль по объёму поступивших иностранных инвестиций по итогам 2010 года находится на 4 месте.
- Сектор оптовой торговли в РФ в настоящее время представлен широким перечнем относительно небольших компаний, работающих, как правило, в ограниченном количестве регионов

Недостаточная эффективность государственного регулирования

- Недостаточная системность действующих нормативных правовых актов, регулирующих отношения в сфере торговли
- Избыточность правового регулирования
- Злоупотребление местными властями своими полномочиями

Недостаточный уровень развития инфраструктуры

- Недостаток торговых и складских объектов, высокая стоимость аренды и цен на объекты недвижимости и землю, высокая стоимость подведения коммуникаций
- Недостаток транспортной и торговой инфраструктуры (земля, торговая недвижимость, склады, дороги)
- Недостаточная пропускная способность пунктов таможенного оформления на границе, ликвидация пунктов таможенного оформления внутри страны
- Слабые хозяйственные связи между производителями и организациями торговли; недостаточный уровень развития кооперации; наличие большого числа посредников между небольшими производителями и небольшими торговыми организациями

Низкая привлекательность отдельных территорий

- Низкий уровень среднедушевых доходов и низкая плотность населения на отдельных территориях РФ
- Слабое развитие инфраструктуры и логистики на удаленных территориях

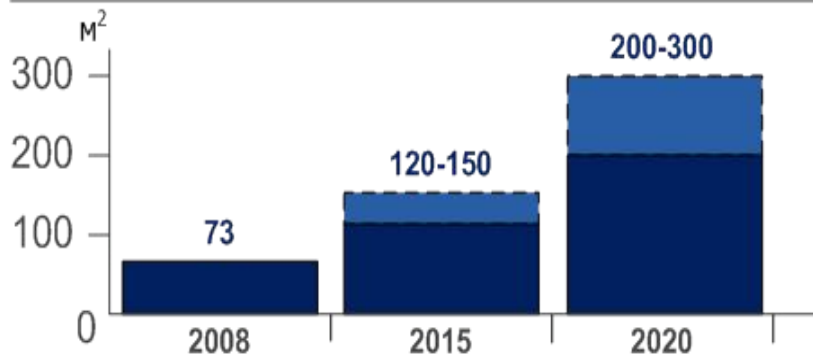
Дефицит кадров

- Низкая квалификация кадров на всех уровнях
- Недостаток кадров

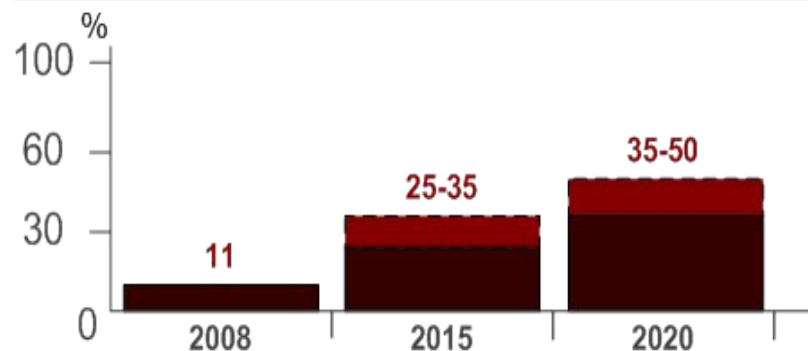
Проблемы развития малого бизнеса в торговле

- Наличие административных барьеров в организации и деятельности малых предприятий
- Дефицит финансовых ресурсов
- Сложности в реализации права выкупа арендуемых помещений
- Проблемы подключения к инженерным коммуникациям
- Низкий уровень инфраструктуры и слабое развитие франчайзинга

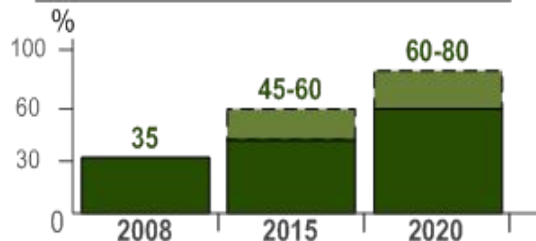
Обеспеченность площадями современных форматов*, м² на 1 тыс. чел.



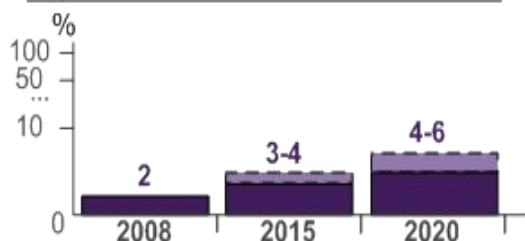
Степень консолидации (доля 5 крупнейших компаний)



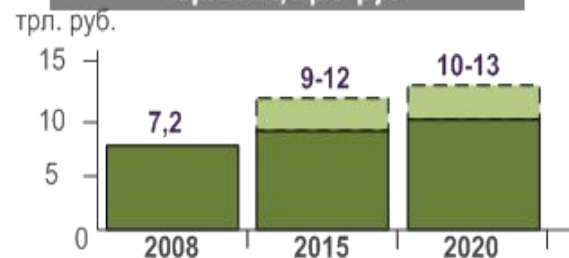
Доля современных форматов в обороте торговли, %



Доля дистанционной торговли, %



Оборот малых предприятий, в торговле, трл. руб.



Уровень конкуренции в торговле

2008 г. Низкий

На большинстве локальных рынков присутствует один или ни одного крупного игрока

2015 г. Средний

В большинстве городов с населением более 500 тыс. присутствует 3 и более крупных игроков, идет конкуренция за более малые поселения

2020 г. Высокий

Практически во всех городах с населением >100 тыс. чел. присутствует 2* и более крупных игроков, идет конкуренция за более малые поселения

8 ключевых задач стратегии:

- Повышение эффективности регулирования сектора торговли
- Развитие инфраструктуры торговли
- Стимулирование развития торговли в малых и отдаленных населенных пунктах
- Снижение кадрового дефицита в торговле, повышение уровня профессиональной подготовки
- Обеспечение условий для развития конкуренции
- Поддержка развития малого и среднего бизнеса
- Стимулирование развития дистанционной торговли
- Совершенствование традиционных форматов торговли

Повышение эффективности регулирования сектора

ТОРГОВЛИ

- На федеральном уровне необходимо:
- провести систематизацию существующей нормативной правовой базы, регулирующей отношения в области торговой деятельности, в том числе:
 - - осуществить инвентаризацию нормативных правовых актов;
 - - внести необходимые изменения в нормативные правовые акты в тех их частях, которые не соответствуют современному уровню развития торговой отрасли;
 - - исключить двойственное толкование отдельных положений нормативных правовых актов, сделать понятийный аппарат максимально четким и однозначным;
- исключить избыточное правовое регулирование в области торговой деятельности, использовать рыночные механизмы ценового регулирования;
- разграничить полномочия между региональными и федеральными органами государственной власти по регулированию торговой деятельности.

Развитие инфраструктуры торговли

К числу основных проблем развития базовой инфраструктуры относятся:

- недостаточное количество свободных площадей для размещения торговых объектов в крупных городах;
- ограниченные возможности по подключению к сетям коммунального хозяйства;
- слабое развитие дорожной инфраструктуры;
- недостаточный объем складских

Предполагается использование трех основных групп инструментов для развития инфраструктуры:

- строительство инфраструктурных объектов за счет государства;
- использование механизмов государственно-частного партнерства;
- предоставление различных льгот, а также создание необходимых административных условий с целью привлечения частного капитала для развития объектов инфраструктуры.

Стимулирование развития торговли в малых и отдаленных населенных пунктах

- предоставление розничным компаниям земли на льготных условиях или бесплатно;
- включение в условие тендера на получение доступа для розничной компании на привлекательный рынок обязательства открыть магазин на отдаленной и непривлекательной с экономической точки зрения территории;
- предоставление льгот по налогу на имущество и другим региональным и местным налогам;
- передачу части собранного налога на прибыль организациям розничной торговли.

Снижение кадрового дефицита в торговле, повышение уровня профессиональной подготовки

- Проблемы, связанные с дефицитом топ-менеджмента и сотрудников низкой квалификации, как правило, решаются на уровне компании, тогда как решение с дефицитом сотрудников средней квалификации в сфере торговли, требует государственного вмешательства (именно создание государственно-частное партнерства между образовательными учреждениями и крупными розничными компаниями).

Обеспечение условий для развития конкуренции

- Антимонопольное законодательство и работа антимонопольных служб должны быть построены на принципах недопущения несправедливого использования доминирующей позиции на рынке, недопущения практик, препятствующих свободной конкуренции.

Поддержка развития малого и среднего бизнеса

- Внедрение системы «одного окна»,
- Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, посредством предоставления предпринимателям субсидий на возмещение части затрат по разработке бизнес-планов, предоставления поручительств субъектам малого бизнеса за счет средств гарантийного фонда, предоставления субъектам малого и среднего предпринимательства основных средств на условиях лизинга, и субсидий на возмещение части процентных ставок по кредитам;

- имущественная поддержка субъектов малого и среднего бизнеса, с целью удовлетворения потребностей субъектов малого и среднего предпринимательства в нежилых помещениях, отвечающих современным качественным, технологическим и функциональным требованиям;
- формирование эффективной системы информационной поддержки малого и среднего предпринимательства;
- мероприятия по предотвращению коррупции и неэтичного поведения, с целью снижения административных барьеров.

Стимулирование развития дистанционной торговли

Основными факторами, влияющими на развитие дистанционной торговли, являются:

- степень проникновения недорогого и качественного доступа в Интернет;
- развитая система почтовой и курьерской доставки;
- большая территория страны и невысокая плотность населения;
- развитие дистанционных технологий;
- развитая и надежная (безопасная) система электронных платежей;
- защищенность прав потребителей при осуществлении покупок через Интернет;
- рост благосостояния населения.

- Основными факторами, сдерживающими развитие дистанционной торговли являются:
- несовершенство нормативно-правового регулирования;
- недостаточное развитие платежных систем;
- недостаточное развитие логистических услуг и нехватка складских помещений.

Совершенствование традиционных форматов торговли

- ***Развитие наиболее значимых сегментов торговли (алкоголь, автотранспорт, фармацевтика, торговля товарами легкой промышленности);***
- ***Стимулирование продажи товаров отечественных производителей***