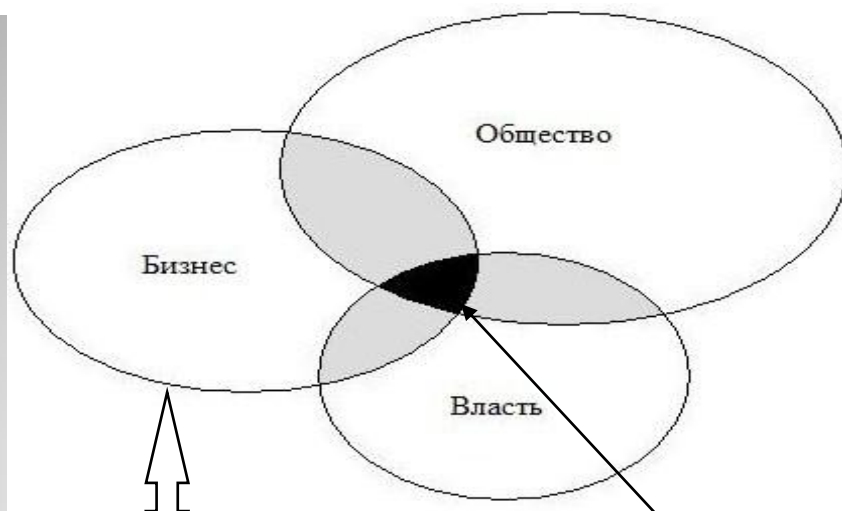


**РЕГУЛИРОВАНИЕ  
РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ  
В РЫНОЧНОЙ  
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ  
СРЕДЕ**

## 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



## Принципы организации управления торговлей:

- приоритеты;
- критические факторы;
- адекватность;
- ориентирование;
- комплектность;
- самодостаточность

## Принципы взаимодействия в системе партнерства:

- взаимовыгодности;
- добровольности;
- реальности и прагматичности;
- интеграции;
- равноуровненности;
- информационной открытости;
- демократичности;
- ответственности;
- контроля;
- историзма;
- равновесия

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

**Общая экономическая ситуация  
в регионе и её стабильность**

- динамика ВРП;
- рост промышленного производства, развитие сельского хозяйства и сферы услуг;
- инвестиции в основной капитал;
- уровень конкуренции

**Объем платежеспособного  
спроса**

- уровень жизни население (денежные доходы, в том числе заработная плата и размер пенсии);
- численность и плотность населения;
- коэффициент брачности

**Факторы развития розничной торговли мегаполиса в условия рыночной институциональной среды**

**Уровень издержек по формированию  
предложения в сфере розничной  
торговли**

- доступность и стоимость финансовых ресурсов;
- развитие инфраструктуры и инфраструктурных услуг (логистических, строительных и т.д.)

**Факторы потребительского  
поведения**

- структура потребительских предпочтений;
- функционирование домохозяйства как «институционального предпринимателя»;
- технологии управления потребительским поведением

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

# Проблемы функционирования и развития розничной торговли

## Отраслевого характера

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 хозяйственные связи между производством и торговлей

Неэффективная логистика, система товародвижения, наличие большого числа посредников

## Рыночного характера

Высокий уровень инфляции

Высокий уровень конкуренции

Глобализация и сетезация торговли

Низкий платежеспособный спрос населения, низкий уровень потребительский 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

## Муниципального регулирования

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;
- нормы 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)

Р  
О  
З  
Н  
И  
Ч  
Н  
А  
Я

Т  
О  
Р  
Г  
О  
В  
Л  
Я

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



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





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

## **Совместные функции**

### **Социальная**

(реализация социальных программ по обеспечению малообеспеченных слоев населения качественными товарами и услугами)

### **Экономическая**

(целенаправленная поддержка инновационной деятельности субъектов, инвестиционные вложения на расширение и совершенствование инфраструктуры)

## **Интеграция**

**Частно-государственное партнерство**

**Сотрудничество**

## **Взаимодействие муниципалитета и предпринимательских структур**

*Подчинённость предпринимательских структур институтам, вырабатываемым муниципалитетом*

*Активность предпринимательских структур в создании субъектов рынка и правил рыночной игры*

## **Методы взаимодействия**

**Административные**

**Экономические**

**Социально-психологические**

**Идеологические**

**Информационно-ориентирующие**

**Научно-технические**

**Защита прав потребителей**

## **Формы противоречий**

**Различие**

**Поляризация**

**Столкновение**

**Антагонизм**

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

Факторы, препятствующие взаимодействию

Факторы способствующие взаимодействию

**Экономические и технические**

<p>Недостаток средств на достижение оптимальных для взаимодействия материально-технических условий (кадры, финансы, технологии, консалтинг, маркетинг)</p>	<p>Наличие материально-технических средств.          Прогрессивные технологии (или возможности их разработки).          Отраслевые и рыночные изменения.          Высококвалифицированный персонал</p>
--	--

**Политические и правовые**

<p>Отсутствие развитой институциональной среды.          Высокие риски, характерные для региональной экономики.          Постоянное изменение правил экономической игры.          Препятствия правовой неопределенности, слабый уровень защищенности прав собственности</p>	<p>Наличие стабильной, действенной правовой базы</p>
---	--

**Организационно-управленческие**

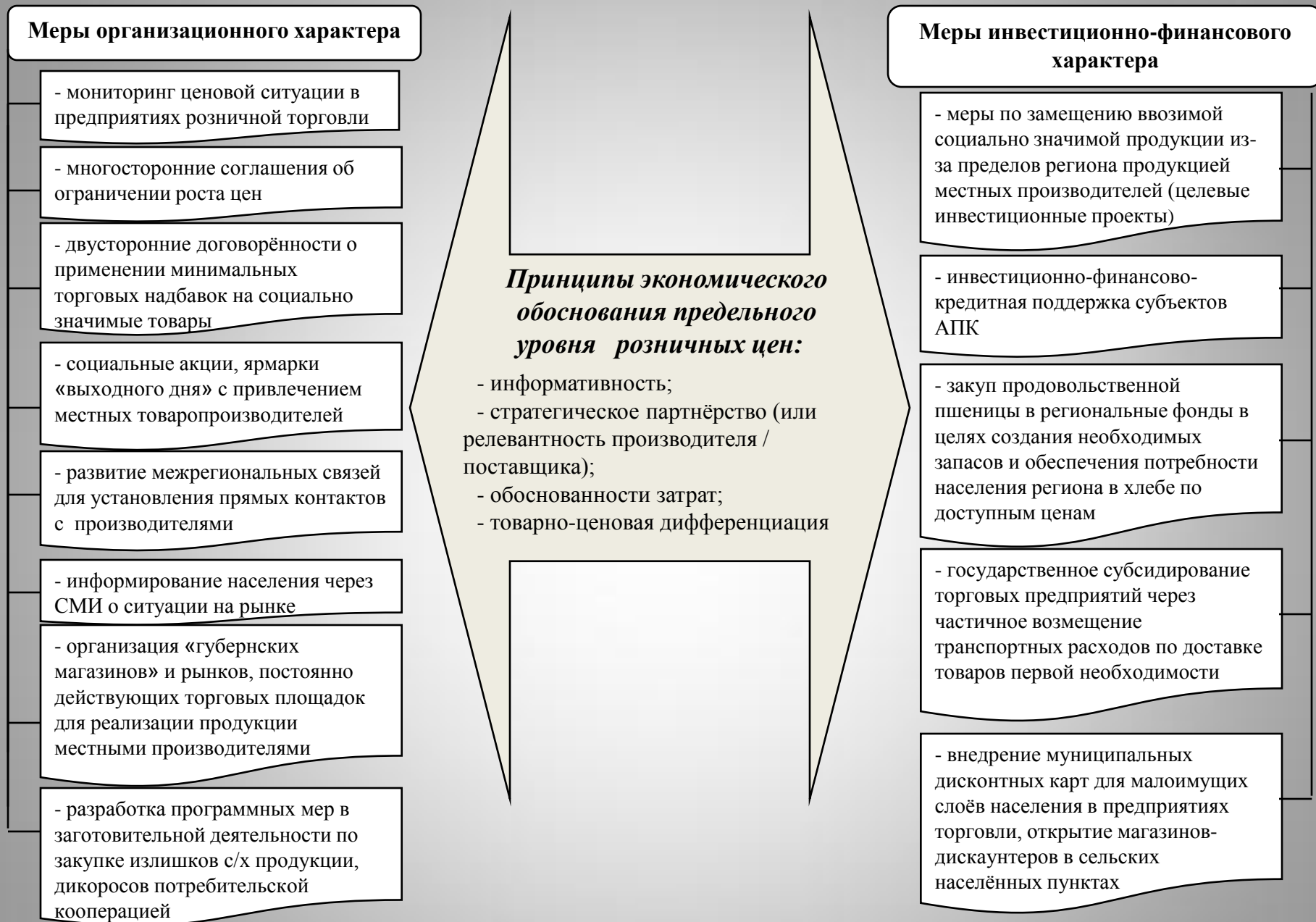
<p>Отсутствие муниципальной долговременной стратегии развития, общего проекта, предполагающего акцентировать внимание на развитии розничной торговли города.          Неэффективное муниципальное управление (дефицит квалифицированных управленцев, низкая зарплата чиновников не способствует притоку талантливых управленцев и порождает коррупцию)</p>	<p>Гибкость организационной структуры.          Демократический стиль управления.          Наличие предпринимательской бизнес стратегии.          Хорошее информационное обеспечение, преобладание горизонтальных потоков информации.          Децентрализация управления.          Автономность</p>
--	--

**Социально-психологические**

<p>Ориентация предпринимателей на краткосрочные вложения, рассмотрение муниципальной поддержки как возможности извлечения максимальной прибыли в короткие сроки</p>	<p>Общественное признание.          Обеспечение возможности самореализации.          Мотивация. Гибкость.          Устойчивый психологический климат</p>
---	--

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

<b>1. Неразрывность</b>
<b>2. Системный подход</b>
<b>3. Динамический и комплексный подход</b>
<b>4. Первостепенность</b>
<b>5. Многообразие</b>
<b>6. Оптимизация размещения</b>
<b>7. Целесообразность</b>
<b>8. Обеспечение качества</b>



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

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**