

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗРАБОТКИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

THE METHODOLOGICAL PRINCIPALS OF THE REGIONAL TRADE PROGRAM DEVELOPMENT

I. Kapustina

Annotation

The article contains analysis of problems in development of regional trade programs in Russia. In addition to this the author suggests methods of providing analysis of modern conditions and future development of regional trade in the Russian Federation.

Keywords: program of trade development, target program method, strategy of trade development, trade turnover, trade objects.

Капустина Ирина Васильевна

К.э.н., заведующая каф. внешнеэкономической деятельности и торгового дела Санкт-Петербургского государственного торгового-экономического университета,

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы разработки региональных программ развития торговли в России и предлагается методика анализа состояния и развития торговли в территориальном разрезе.

Ключевые слова:

Программа развития торговли, программно-целевой подход, стратегия развития торговли, оборот торговли, торговые объекты.

Принятый в конце 2009 года Федеральный закон №381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" дал импульс для разработки региональных программ развития торговли в РФ, которые должны стать инструментом содействия инновационному развитию отрасли.

До 2010 года программы развития торговли в РФ не были широко распространены, однако утверждать, что они не разрабатывались вообще, было бы преувеличением. Достаточно длительная история имеется в применении программно-целевого подхода в регулировании потребительского рынка в Москве, где с 1998 года развитие торговли осуществляется в соответствии с отраслевыми целевыми программами. В других городах России также разрабатывались аналогичные программы. Главное их преимущество основывалось на осознании необходимости разработки таких программ местными властями, отсюда – реальность поставленных задач, учет специфики регионального развития, нестандартность намеченных мероприятий.

Однако более широкое распространение в РФ получили программы социально-экономического развития регионов, поддержки малого и среднего бизнеса, обеспечения продовольственной безопасности, поддержки агропромышленного комплекса, развития конкуренции. Как правило, активная разработка соответствующих программ инициировалась федеральными властями в

связи с введением в действие того или иного законодательного акта. Надо отметить, что в них, как правило, отражались отдельные аспекты развития торговли. В частности, в программах развития конкуренции ставились задачи по развитию системы защиты прав потребителей и стимулирование платежеспособного спроса населения; развитию системы стабилизации потребительских цен на продовольственные товары (Республиканская целевая программа развития конкуренции на продовольственном рынке Республики Мордовия на 2008–2012 годы); развитию инфраструктуры торговли, включая оценку фактического ее состояния; поддержку социально незащищенных слоев населения, включая меры обеспечения ценовой и территориальной доступности продовольственных товаров для незащищенных слоев населения республики (Программа развития конкуренции на продовольственном рынке Республики Карелия на 2008–2011 годы).

В рамках реализации программы антикризисных мер, принятой в Красноярском крае, разработан законопроект "О дополнительных мерах государственной поддержки агропромышленного комплекса края". Он предусматривает поддержку организаций, реализующие инвестиционные проекты по созданию оптово-розничных (логистических) центров, осуществляющих переработку продовольственного сырья и реализацию пищевых продуктов, произведенных на территории края.

В областной долгосрочной целевой программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сель-

скохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Ростовской области на 2010–2013 годы поставлена цель формирования устойчивого, отвечающего современным стандартам качества, производства продуктов питания для обеспечения продовольственной безопасности, а также развитие добросовестной конкуренции между участниками продовольственного рынка Ростовской области и увеличение доли местных товаропроизводителей в объемах реализуемой продукции, в том числе крупноформатной торговой сети области.

В Ямало–Ненецком автономном округе утверждена окружная целевая программа "Обеспечение продовольственной безопасности ЯНАО на 2012–2016 годы". В число основных задач включено создание современной торговой инфраструктуры, позволяющей формировать необходимый запас товаров, и обеспечение их своевременной доставки даже в самые отдаленные населенные пункты округа. Также в рамках реализации программы будет осуществляться мониторинг и своевременное прогнозирование, расширение ассортимента производимых в округе продуктов, обеспечение их качества и безопасности, развитие заготовительной деятельности, развитие транспортно–логистической инфраструктуры.

Таким образом, анализ региональных программ, реализуемых в сопредельных с торговой отраслью сферах экономики, показал достаточно выраженную стыковку интересов, целей, задач и мероприятий, что способствует развитию торговли.

Динамизм развития торговли, ее значимый вклад в социально–экономическое развитие регионов при, одновременно, хаотичном, зачастую нецивилизованном характере развития отрасли требует использования программно–целевого подхода в регулировании отраслевых процессов на региональном уровне. По информации, предоставленной субъектами РФ в Общероссийскую общественную организацию малого и среднего предпринимательства "ОПОРА РОССИИ", по состоянию на 31.10.2011 года в 27 субъектах Российской Федерации (33 %) реализовывались программы развития торговли. С уверенностью можно сказать, что в настоящее время, таких программ значительно больше, т.к. основной период их разработки пришелся на конец 2011 – начало 2012 года.

Основанием разработки региональных и муниципальных программ развития торговли является Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381–ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации", а также принятые в регионах законодательные акты о порядке разработки программ развития торговли. При этом должны быть учтены:

- ◆ приоритетные направления государственной политики, определенные в посланиях Президента РФ Федеральному Собранию РФ;

- ◆ доктрину продовольственной безопасности РФ, утвержденная Указом Президента РФ от 30.01.2010 г. № 120;

- ◆ программу развития конкуренции в РФ, утвержденная распоряжением Правительства РФ от 19.05.2009 г. № 691–р.

Для реализации единой политики в области внутренней торговли, согласования темпов и направлений развития торговли в стране любая региональная программа развития торговли должна следовать положениям Стратегии развития торговли РФ на 2011–2015 годы и период до 2020 года (утв. приказом Минпромторга России от 31.03.2011 №422), в части методических подходов к анализу состояния и развития торговли, исследованию проблем отрасли, обоснования механизмов, инструментов и способов достижения программных целей и задач. Тогда Стратегия развития торговли РФ становится необходимым связующим звеном, вокруг которого будут выстраиваться соответствующие программы развития торговли в регионах.

Торговля, являясь открытой социально–экономической системой, тесно связана с социально–экономическим развитием конкретной территории, поэтому разработка программы развития торговли должна вестись в соответствии с положениями, целями и задачами важнейших стратегических документов, действующих в федеральном округе, регионе и муниципалитете.

Наибольшую методическую помощь разработчикам программ развития торговли сегодня оказывает документ, разработанный Министерством промышленности и торговли РФ "Методические рекомендации по разработке региональных программ развития торговли" (утв. Приказом от 28.07.2010 № 637) (далее –методические указания). Он призван обеспечить необходимую унификацию подходов к разработке региональных программ.

В данном документе даны рекомендации как по организационным, так и содержательным аспектам разработки программ развития торговли.

Организационный аспект включает следующие положения:

- ◆ этапы разработки и реализации программы;
- ◆ рекомендации по созданию рабочей группы;
- ◆ порядок обсуждения и утверждения программы.

Содержательный аспект включает следующие компоненты:

- ◆ Структура программы и рекомендации по наполнению ее элементов;
- ◆ Рекомендуемые цели и задачи региональных программ;
- ◆ Перечень возможных целевых индикаторов;
- ◆ Основные направления реализации мероприятий.

Необходимо отметить, что в документе, несмотря на строгую регламентированность положений, предлагается достаточное количество решений для оптимального выбора, таким образом, ориентируясь на методические рекомендации любая региональная программа может быть уникальной и учитывать социально-экономические, экологические, культурные и другие особенности развития субъектов Российской Федерации, муниципальных образований.

В соответствии с Методическими указаниями теоретической основой разрабатываемых региональных программ является обобщающая оценка ситуации в торговой отрасли на территории субъекта Российской Федерации.

Обобщающая оценка ситуации в региональной торговле производится на основе анализа состояния и развития отрасли за предшествующий разработке программы период. Мониторинг программ развития торговли отдельных регионов показал, что на сегодня разработчики программ не имеют научно-методической базы для качественного проведения анализа. Причиной этого, на наш взгляд, является фактическое отсутствие сегодня разработок по методике анализа торговли в территориальном разрезе. Это и понятно, начиная с 90-х годов прошлого века, в условиях ослабления государственного регулирования отрасли на уровне регионов, необходимость в качественном и всестороннем анализе развития торговли была утрачена. Абсолютное большинство экономистов в области экономики торговли, в настоящее время, специализируются на аналитических и прогностических процедурах на уровне основных хозяйствующих субъектах. Между тем, осознание необходимости использования программно-целевых методов территориального регулирования торговли настоятельно требует продолжения исследований в области экономики, анализа и прогнозирования территориального развития торговли, которые были приостановлены в РФ 80-х годах XX века.

Целью проведения анализа состояния и развития торговли региона является обобщающая оценка ситуации в торговой отрасли, которая включает:

1. Диагностику основных проблем, присущих торговле региона;
2. Выделение основных факторов (экономических, социально-демографическим, организационно-административных и др.), оказывающих первостепенное влияние на состояние региональной торговли;
3. Определение перспективных направлений развития торговли региона.

Для достижения поставленной цели в процессе анализа необходимо решить следующие задачи:

- ◆ изучить динамику объема оборота розничной и

оптовой торговли за ряд лет;

- ◆ исследовать динамику оборота розничной торговли на душу населения за ряд лет;
- ◆ определить и количественно измерить влияние отдельных факторов на объем оборота;
- ◆ изучить структурные сдвиги в обороте розничной торговли;
- ◆ выявить уровень развития организованных форм розничной торговли;
- ◆ исследовать динамику количества и площадей хозяйствующих субъектов различных форматов, функционирующих в розничной и оптовой торговле;
- ◆ определить эффективность использования торговых и складских площадей, выявить характер развития торговли в регионе;
- ◆ рассчитать уровень обеспеченности населения региона площадью торговых объектов в расчете на 1 тыс. жителей;
- ◆ изучить динамику инвестиций в торговую отрасль;
- ◆ определить долю малого бизнеса в обеспечении развития торговли региона.

В процессе анализа динамики объема оборота розничной и оптовой торговли необходимо использовать данные за три-пять лет. Анализ следует производить как в фактических, так и сопоставимых ценах. В качестве статистических параметров при анализе динамики оборота используют: абсолютный прирост, темпы роста цепные, базисные и средние. Отметим, что большинство программ включает исследования динамики оборота в сопоставимых ценах только за последние 2 года, что условно, является чрезвычайно коротким периодом для оценки влияния инфляционных процессов на темпы изменения оборота.

Анализ оборота следует проводить не только по общему объему, но и в расчете на душу населения, так как этот показатель значительно лучше, чем предыдущий, отражает изменения в уровне потребления материальных благ жителями региона. Расчет динамики оборота розничной торговли на душу населения проводится на основе данных об обороте в фактических и сопоставимых ценах.

Используя проведенные выше исследования, далее проводится факторный анализ по двум вариантам.

1. вариант: рассчитывается влияние цен и физического объема реализации на изменение общего объема оборота в фактических ценах. В процессе этого анализа выявляется доля оборота, полученного как за счет изменения цен, так и за счет физического объема реализации.

2. вариант: определяется влияние цен, численности населения и физического объема реализации на душу населения. Данный анализ позволит глубже исследовать за счет каких факторов мог измениться физический объем реализации товаров, а именно – в связи с увеличени-

ем (уменьшением) численности населения и/ или с ростом (снижением) объема реализации потребительских товаров в расчете на душу населения.

Второй вариант факторного анализа тесно связан с оценкой средней заработной платы, сложившейся в регионе. Поэтому далее целесообразно провести сравнительную оценку оборота розничной торговли на душу населения и средней заработной платы по данным исследуемого региона, а также России в целом, федерального округа или схожего по типу хозяйства субъекта РФ. Это позволит выявить имеющийся потенциал развития торговли региона, или степень его исчерпания.

Уровень и качество потребления товаров в значительной степени характеризует сложившаяся товарная структура оборота розничной торговли, в том числе укрупненная (соотношение между продовольственными и непродовольственными товарами). Колебания товарной структуры в пользу продовольственных товаров свидетельствуют о кризисных явлениях в экономике, которые, как правило, приводят к ограничению спроса на непродовольственные товары и переориентации спроса на текущее потребление в основном продовольственных товаров. Анализ в разрезе отдельных товарных групп, позволяет выявить качественные изменения в уровне потребления населения. Рост реализации таких товаров как автомобили, бытовая техника, товары для ремонта в непродовольственном сегменте и мяса, рыбы, овощей и фруктов – в продовольственном, указывает на повышение уровня и качества жизни населения.

В процессе анализа уровня развития организованных форм розничной торговли необходимо выявить соотношение между оборотом розничной торговли торгующих организаций и продажами на розничных рынках и ярмарках, провести сравнительный анализ этих показателей по отношению к аналогичным регионам, оценить качество работы рынков со стороны горожан. Долгие годы в постреформенный период развитие торговли РФ сопровождалось высоким удельным весом неорганизованных форм торговли на колхозных, специализированных и смешанных рынках. Однако в последние годы благодаря повышению уровня жизни населения, с одной стороны, и ужесточением требований к качеству работы рынков, с другой, доля неорганизованной торговли в стране в целом и в регионах снижается. При этом необходимо учитывать специфику негородских поселений, отдельные регионы страны (Северный Кавказ, Краснодарский и Ставропольский край и т.п.), где уровень развития колхозной торговли традиционно высок и не требует жестких мер по ее ограничению. А учитывая высокий уровень безработицы в этих регионах, следует обеспечить развитие такой формы торговли государственной поддержкой.

Рост оборота торгующих организаций по абсолютной и относительной величине обуславливается либо увели-

чением количества торговых объектов и их торговых площадей, либо повышением эффективности использования последних.

Анализ количества и площадей торговых объектов в динамике позволяет оценить развитие материально-технической базы розничной и оптовой торговли, а также выйти на показатель средней торговой и складской площади объектов (средний размер магазина или склада). При прочих равных условиях рост средней площади торговых объектов формирует благоприятную среду для развития современных форматов розничной торговли, улучшения качества обслуживания покупателей, создания крупных логистических центров. Этот анализ в розничной торговле производится по стационарным торговым объектам, в том числе в разделении на продовольственные и непродовольственные магазины.

Эффективность использования торговых и складских площадей определяется как отношение оборота (розничного, складского оптового) к площади торгового объекта. Основываясь на данном исследовании определяется характер развития торговли региона: экстенсивный или интенсивный.

Интенсификация развития торговли возможна за счет широкого развития сетевой торговли и розничных торговых предприятий современных форматов с применением эффективных форм обслуживания покупателей. Согласно Стратегии развития торговли в РФ, под современным форматом магазина понимается "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.)". Кроме самообслуживания, к формам обслуживания покупателей, которые дают значительный экономический и социальный эффект, относятся продажа по образцам, каталогам, а также дистанционный способ продажи товаров, продажа товаров с использованием автоматов. Отметим, что состояние современных форм обслуживания населения нуждается в глубоком анализе при разработке программ развития торговли, который в настоящее время серьезно осложняется отсутствием реальных статистических данных.

Экстенсивный характер развития торговли может быть обусловлен опережающим ростом материально-технической базы в условиях отставания региона от оптимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов. В этой связи центральное место в любом анализе развития торговли того или иного региона приобретает расчет уровня обеспеченности населения региона площадью торговых объектов.

Ст.19 Федерального закона №381-ФЗ "Об основах

государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" указывает "Целью развития торговой деятельности является достижение нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов – основных критериев оценки доступности продовольственных и непродовольственных товаров для населения и удовлетворения спроса на такие товары".

В соответствии с постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2010г. N 754 "Об утверждении правил установления нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов" по каждому субъекту Российской Федерации и входящим в его состав муниципальным районам и городским округам разрабатываются нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов в расчете на 1000 жителей (с подразделением для продовольственной и непродовольственной торговли).

Анализ большого количества региональных программ развития торговли показал, что абсолютное большинство регионов РФ сегодня превышают утвержденные нормативы минимальной обеспеченности. Если для отдельных регионов это определяется опережающей динамикой потребительского рынка и примерного соответствия европейскому уровню наличия торговых площадей (г.Санкт-Петербург, Москва), то для многих других регионов скорее это превышение связано с недостатками действующей методики установления нормативов минимальной обеспеченности. Что требует дополнительного исследования предложенных в постановлении Правительства РФ № 754 правил установления нормативов.

Анализ инвестиций в торговую отрасль региона позволяет определить реальные перспективы развития торговли, оценить деловой климат в отрасли. Согласно рейтингу компании AT Kearney за 2010 год Россия во-

дит в десятку стран с наиболее инвестиционно привлекательным сектором торговли для частных инвесторов. Что позволяет при разработке дальнейших мероприятий правильно расставить акценты, и с финансовой государственной составляющей перенести акценты на правовую организационную помощь инвесторам, создающие условия для положительного делового климата в отрасли.

Особое место в развитии торговли РФ занимает малый бизнес. Большая часть малых и микропредприятий – торговые компании. Необходимо оценить их вклад в развитие торговли города путем расчета удельного веса оборота розничной и оптовой торговли, приходящегося на малый бизнес, динамику данного показателя, выявить сегменты торговли, где они занимают определенные позиции. Следует отметить, что наступление торговых сетей создает неблагоприятные условия для развития малого бизнеса в торговле. поэтому он нуждается в дополнительной государственной поддержке или в рамках специальных региональных программ, или в рамках программ развития торговли.

В заключение отметим, что основная сложность проведения качественной оценки развития торговли лежит в области получения разработчиками программы надежной статистической информации, в методических особенностях действующего в настоящее время порядка статистического наблюдения, не позволяющего в полной мере получить необходимую для анализа информацию.

Предложенная автором методика была апробирована при разработке научно-исследовательской работы, выполненной по заказу мэрии города Череповца Вологодской области "Разработка муниципальной программы развития торговли города Череповца на период 2012–2016гг" и показала свою жизнеспособность и практическую значимость.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон "О розничных рынках и о внесении изменений в трудовой кодекс российской федерации" от 30 декабря 2006 года N 271-ФЗ
2. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"
3. Постановление Правительства РФ "Об утверждении правил установления нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов" от 24 сентября 2010 г. N 754
4. Приказ Минпромторга России от 31.03.2011 №422 "Стратегии развития торговли РФ на 2011–2015 годы и период до 2020года"
5. Приказ Минпромторга России от 28 июля 2010 г. N 637 "Методические рекомендации по разработке региональных программ развития торговли"
6. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли.– учебник// Под ред. Соломатина А.Н.–СПб.:Питер,2009,С.560