

*Нет ничего более благодатного для народа,  
чем свобода торговли, – и ничего более непопулярного.*  
Томас Бабингтон Маколей,  
британский государственный деятель, историк

События, происходящие в 2015 году на потребительском рынке, доказывают, что представители органов исполнительной и законодательной власти все большее внимание уделяют регулированию торговых отношений.

К основным событиям во внутренней торговле России первого полугодия 2015 года можно отнести:

– Внесение изменений в ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

– Усиление противодействия между торговыми сетями и поставщиками, возрастающие суммы исков к торговым сетям за навязывание обязательных дополнительных договоров, содержащие дополнительные рекламные выплаты.

– В 2015 году Налоговым Кодексом Российской Федерации (НК РФ, Глава 33) введен новый сбор – торговый. В соответствии с Федеральным законом от 29.11.2014 № 382-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации» торговый сбор может быть введен в городах федерального значения Москве, Санкт-Петербурге и Севастополе не ранее 1 июля 2015 года. В муниципальных образованиях, не входящих в состав городов федерального значения – Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя, – торговый сбор может быть введен только после принятия соответствующего федерального закона.

Сейчас воспользовалась своим правом ввести торговый сбор только Москва. С 1 июля 2015 года торговый сбор стал взysкиваться с хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность в Москве.

– Попытка оспаривания запрета продажи «запрещенных» (санкционных) товаров в магазинах со стороны торговых сетей и ужесточение контроля за ввозом санкционных товаров со стороны государства.

– Увеличение доли вакантных торговых и складских площадей.

– Отказ зарубежных торговых сетевых организаций от договоров франчайзинга с российскими партнерами (пользователями франшизы).

– Принятие решения о разработке программного документа, предусматривающего переход к обязательному применению требований качества продуктов и создание национальной системы проверки качества пищевых товаров и др.

Многие из перечисленных событий связаны с произошедшими изменениями подходов к государственному регулированию на потребительском рынке, которые оказали влияние на деятельность торговых организаций.

У представителей торговли отношение к возросшему вниманию к регулированию торговых отношений весьма неоднозначное, а в ряде случаев и крайне негативное. Представители бизнеса в кулуарах обсуждают, что складывающаяся ситуация на рынке ведет к усилению регулирования деятельности хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, а в ряде случаев и ограничивает конкуренцию, и противоречит принципам рыночной экономики. В ответ на возникшие вызовы торговые организации все больше начинают объединяться и внедрять на рынок принципы саморегулирования. Ярким примером можно назвать создание нового саморегулируемого органа для решения конфликтов, в состав которого входят представители российских торговых сетевых компаний и поставщики.

Явным плюсом сложившейся ситуации можно назвать то, что внимание к вопросам формирования и развития торговой политики страны усиливается, а сами принимаемые решения в этой области становятся целеориентированными, более структурированными, диалог между бизнесом и властью в ряде случаев носит острый, но прогрессивный характер. Естественно, до сих пор существует множество нерешенных вопросов, а по некоторым проблемам (к примеру, в области ценообразования и регулирования отношений между поставщиками и торговыми сетевыми организациями) наблюдается противостояние. Такая ситуация вполне объяснима тем, что хозяйствующие субъекты обладают своими экономическими интересами, которые частично ограничиваются при реализации государственной торговой политики. Также стоит учесть и тот факт, что в период с 90-х годов прошлого столетия и фактически в течение последующих двадцати лет вопросам регулирования торговой деятельности не уделялось внимание, формировались новые условия хозяйственной деятельности, происходило «переформатирование» внутренней торговли, в ряде случаев внедрялись зарубежные

принципы работы без учета социальных интересов общества. А в обществе, в том числе и в научной среде, все чаще отношение к торговле носило снисходительный характер. До сих пор существует заблуждение, что «торговать могут все».

Такая ситуация не могла продолжаться бесконечно. Формирование цивилизованных отношений на рынке вызывает необходимость разрабатывать и реализовывать системный подход к регулированию торговли, который позволит одновременно защищать потребителей, развивать деятельность, а следовательно, и продажи отечественных производителей, и, конечно, развивать деятельность торговых организаций разных форматов, масштабов деятельности – от самых маленьких одиночных магазинов до крупнейших федеральных торговых сетей.

Решение проблемы импортозамещения невозможно без участия торговых организаций, функции которых за последние годы существенно трансформировались – торговля из обслуживающей отрасли превратилась в отрасль, которая аккумулирует финансовые потоки и способствует формированию и новых идей, и технологий, обеспечивает развитие потребительского рынка.

Естественно, в такой ситуации возрастает необходимость в формировании профессионального подхода к торговле, повышении уровня требований к квалификации и знаниям лиц, вовлеченных в торговую деятельность.

Одной из главных задач на современном этапе остается развитие коммуникаций между представителями государственных органов власти, торговых организаций и их объединениями, научным сообществом. Такое сотрудничество позволит в дальнейшем принимать обоснованные и системные решения в сфере торговой политики, подтвержденные научными исследованиями, усилит степень взаимодействия между всеми заинтересованными лицами и позволит наладить контакт между ними, сформирует научный центр принятия решений и обмена мнениями между представителями власти и торговли.

Основными задачами «Торгово-экономического журнала» редакция видит развитие исследований в сфере торговли, проведение их экспертного обсуждения и дальнейшую популяризацию результатов этих исследований в научной и бизнес-среде.

Текущий номер журнала включает статьи, содержащие результаты исследований в сфере экономики торговли, организации, технологии и проектирования торговых организаций.

Искренне надеюсь, что прочтение статей, размещенных в нашем журнале, станет полезным для Вашей деятельности.

Будем рады, если Вы решите также поделиться результатами Ваших исследований на страницах «Торгово-экономического журнала».

*главный редактор «Торгово-экономического журнала»  
В.В. Панюкова*