

**КООРДИНАЦИОННЫЙ СОВЕТ
ПО ТОРГОВЛЕ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМУ РЫНКУ
МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЙ АССОЦИАЦИИ
«СИБИРСКОЕ СОГЛАШЕНИЕ»**

**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИИ
«СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

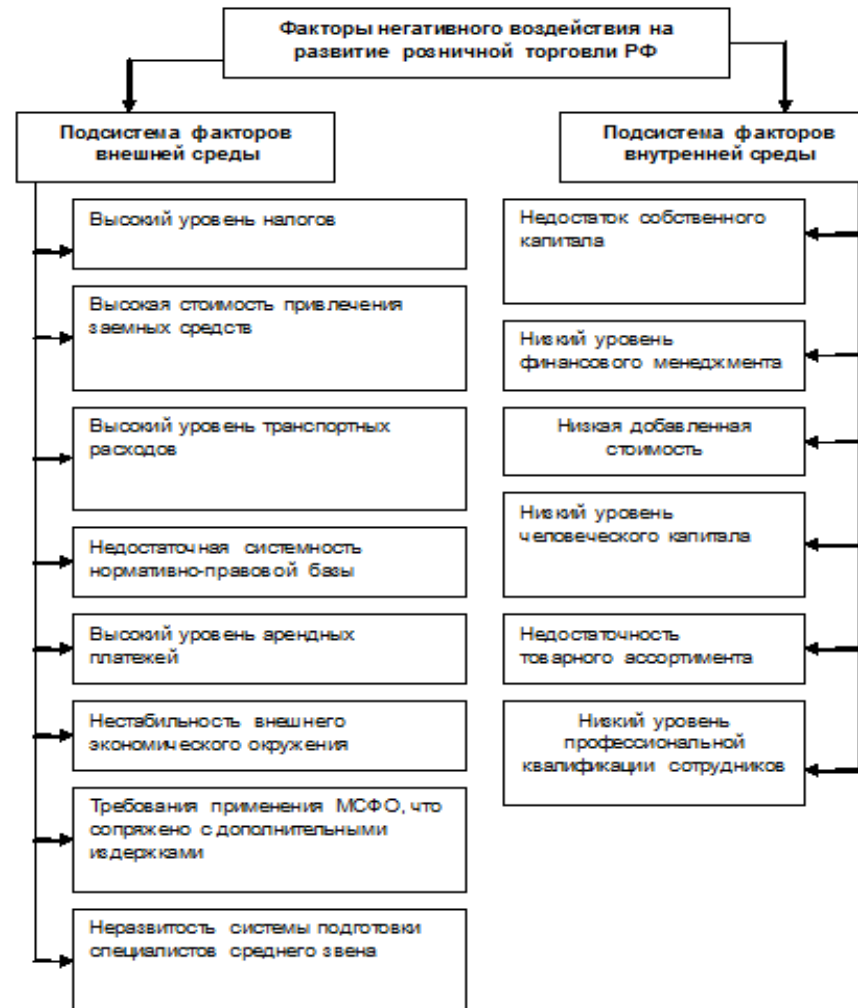
**КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ
В СИБИРСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ
ДО 2025 ГОДА**

Цель концепции - разработка механизма развития оптовой и розничной торговли в Сибирском федеральном округе для максимальной удовлетворенности уровнем торгового обслуживания населения.

Основное практическое назначение планируемых результатов:

Разработка рекомендаций по размещению торговых объектов на территории и рекомендации по определению типов, размеров площадей, специализации торговых предприятий, рекомендуемых для СФО, с учетом специфики населенных пунктов.

Факторы, оказывающие влияние на развития торговли в РФ



Положительные стороны развития торговли в СФО

1. Повышение качественного уровня торговли в крупных и средних по числу жителей населенных пунктах, переход к ее более цивилизованным формам. Происходит изменение структуры торговой отрасли в сторону увеличения количества стационарных предприятий и сокращения количества объектов мелкорозничной торговой сети и неорганизованных мест торговли.
2. Высокая обеспеченность населения СФО торговой площадью в отдельных населенных пунктах (в основном в крупных и средних по числу жителей) по действующим российским стандартам;
3. Активизация торгового предпринимательства в оптовой и особенно в розничной торговле. Рост числа сетевых торговых предприятий.
4. Строительство новых, отвечающих мировым стандартам, форматов магазинов, ТЦ, ТРЦ и прочих МФТЦ.

Проблемы развития торговли в СФО

1. Недостаточное развитие оптового звена в отдельных регионах, в основном с низкой плотностью населения.
2. Отсутствие четкой системы размещения торговых предприятий, часто не согласованность с генеральным планом развития населенного пункта и его застройки, присутствие современных и значительно устаревших видов и форматов розничной торговой сети.
3. Неравномерность развития розничной торговли округа в небольших населенных пунктах, районах и крупных городах.
4. Состояние материально–технической базы торговых предприятий в малочисленных и труднодоступных населенных пунктах не отвечает современным требованиям.
5. Во многих небольших населенных пунктах существуют проблемы как пошаговой, так и автомобильной доступности розничной торговли, для крупных городов характерно отсутствие организации парковок и стоянок, транспортных развязок, отвечающих транспортному потоку уже в настоящее время, тем более при дальнейшем росте мобильности населения.
6. Высокая стоимость аренды торговых площадей в крупных городах, особенно в новых торговых центрах, комплексах и прочих МФТЦ.
7. В округе в отдельных населенных пунктах недостаточно развиты прогрессивные методы обслуживания.
8. Отсутствие плана перемещения объектов торговли больших форматов в крупных городах за пределы населенного пункта (по опыту развитых стран мира).

Основные направления развития розничной торговли субъектов СФО и их муниципальных образований

1. дальнейшая реконструкция и модернизация вещевых и продовольственных рынков в соответствии с законодательством РФ;
2. формирование многоступенчатой системы розничных торговых предприятий, включающей ТРЦ, ТЦ, магазины разных типов и форматов, присущих розничной торговле стран с развитой рыночной экономикой, исходя из зонирования населенных пунктов;
3. обеспечение продовольственной безопасности, как с позиций собственного производства товаров, так и защиты прав граждан на безопасность и качество реализуемых товаров и услуг розничной торговли;
4. активная разработка нормативно-правовой базы для обеспечения развития и регулирования предпринимательства и отношений субъектов торговли;
5. формирование современной торговой сети сельских населенных пунктов, малочисленных городов, окраин крупных городов и развития сетей специализированных магазинов в крупных городах и райцентрах с ориентацией их деятельности на организацию интернет-магазинов и работу по заказам покупателей из малочисленных и труднодоступных населенных пунктов;
6. способствование интеграции розничной, оптовой торговли, производителей по формам интеграции: горизонтальная (корпоративная, добровольная); вертикальная (розничные предприятия с изготовителем, розничные и оптовые предприятия), смешанная интеграция;

В процессе оценки состояния торговых сетей и инфраструктуры в отдельных населенных пунктах последние были классифицированы на четыре группы, имеющих схожие характеристики. В основу классификации положены уровень жизни населения и отраслевой профиль населенного пункта. Были выделены:

- 1. крупные промышленные города;**
- 2) малочисленные города и населенные пункты, относящиеся к поселкам городского типа;**
- 3) труднодоступные и малочисленные населенные пункты;**
- 4) населенные пункты с особым статусом (курорт, приграничный пункт, военный городок, порт и т.п.)**

1. Концепция планового размещения и перемещения магазинов крупных форматов в городах с населением более 500 тысяч жителей

- развитие крупных розничных торговых сетей различных типов и форматов (региональных, федеральных, с числом предприятий более 10 предприятий);
- формирование синтетически консолидированных многофункциональных центров, с практически самостоятельными объектами хозяйствования. Такую модель использует значительная часть торговых компаний, не являющихся в полном смысле слова ритейлерами (объединены общими инвесторами, либо торговой маркой); горизонтальных объединений одноформатных, т.е. состоящих из предприятий одного типа или мультиформатной, которая включает несколько форматов; вертикальных торговых объединений розничных предприятий с изготовителями (фирменная торговля); розничных и оптовых предприятий (крупные компании-дистрибьюторы создают собственные торговые точки); диверсификации (образование финансово-промышленных групп и крупных межотраслевых комплексов);
- развитие торговой сети по ценовой политике предприятия: ниже прожиточного минимума - дискаунтер, «стоковые магазины», магазин-склад, продовольственные рынки, мини-маркеты, «секонд-хенд», комиссионные магазины; соответствующие прожиточному минимуму – формата «У дома»; магазины «Кэш энд керри»; превосходящие прожиточный минимум (элитные): продовольственные магазины - супермаркеты, специализированные магазины.
- выделение земельных участков для строительства за городом магазинов крупных форматов: гипермаркеты, ТЦ, ТРЦ, «семейный магазин» и т.п. для «разгрузки» дорог и снижения стоимости застройки и аренды, налога на земельные участки.

2. Концепция развития современных форматов и консолидация розничной торговли с предприятиями других сфер деятельности в малочисленных городах и населенных пунктах, относящиеся к поселкам городского типа

- строительство торговых форматов районного значения, включающих супермаркет или минимаркет, дискаунтер, специализированные магазины (хозяйственных и строительных материалов, детских товаров и др.), «Товары повседневного спроса» рекомендуется для второго типа населенных пунктов;
- развитие торговой сети по ценовой политике: ниже прожиточного минимума - дискаунтер, «стоковые магазины», магазин-склад, мини-маркеты, «секонд-хенд»; соответствующие прожиточному минимуму - товары повседневного спроса; магазины «Кэш энд керри»;

3. Концепция развития особых форм и форматов розничной торговли в труднодоступных и отдаленных населенных пунктах СФО (районы Крайнего севера им приравненные к ним местности с ограниченными сроками завоза товаров, горные районы)

- объединение средних и мелких производственных предприятий и субъектов торговли.
- развитие информационных технологий в торговый бизнес, повышение доступности товаров и услуг за счет электронной торговли – продаж посредством Интернет-сайтов, виртуальных магазинов, сфокусированного маркетинга продаж по каталогам и телефону,
- использование передвижных магазинов;
- создание единого центра торговли и услуг посредством объединения торговых организаций и предприятий сферы быта, культурно-досуговых организаций, предприятий связи и коммуникаций, банковской сферы и т.д.

4. Концепция развития особых форм и форматов розничной торговли для населенных пунктов с особым статусом (курорт, приграничный пункт, военный городок, порт и т.п.)

- развитие торговой сети по ценовой политике предприятия: ниже прожиточного минимума - дискаунтер, «стоковые магазины», магазин-склад, продовольственные рынки, мини-маркеты, «секонд-хенд», комиссионные магазины; соответствующие прожиточному минимуму – формата «У дома»; магазины «Кэш энд керри»; превосходящие прожиточный минимум (элитные): продовольственные магазины - супермаркеты, специализированные магазины (для курортных городов и населенных пунктов);
- использование передвижных магазинов для военных городков и приграничных пунктов, для курортов в сезон;
- создание единого центра торговли и услуг посредством объединения торговых организаций и предприятий сферы быта, культурно-досуговых организаций, предприятий связи и коммуникаций, банковской сферы и т.д.

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ