

**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 2020 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.

Таблица 1

Динамика развития оптовой торговли в СФО

Индекс физического объема оборота оптовой торговли (с дорасчетом на объем скрытой деятельности), в процентах к предшествующему году					Оборот оптовой торговли с дорасчетом на объем скрытой деятельности, в тыс.рублей	
	2010	2011	2012	2012 к 2009 в %	2009	Доля в %
Сибирский федеральный округ	105,57	107,87	107,45	122,36	1829248720	100,0
Алтайский край	105,72	101,26	105,43	112,86	160 667 633	8,8
Забайкальский край	110,84	149,11	82,69	136,66	32 625 305	1,8
Иркутская область	104,78	126,27	128,36	169,83	290 039 700	15,9
Кемеровская область	101,56	100,27	93,54	95,26	311 507 041,4	17,03
Красноярский край	106,08	115,36	123,43	151,05	294 970 703,5	16,1
Новосибирская область	110,22	106,55	108,24	127,12	385 554 541	21,1
Омская область	109,2	101,87	105,46	117,32	182 721 572,4	10,0
Томская область	102,32	109,97	103,96	116,98	84 584 865,1	4,6
Республика Алтай	68,01	80,18	78,85	42,997	2 851 526,8	0,2
Республика Бурятия	104,65	105,86	85,4	94,61	52 865 023,2	2,9
Республика Тыва	150,72	68,49	68,12	70,32	1 412 383	0,1
Республика Хакасия	88,49	92,1	85,33	69,54	29 448 425,2	1,6

Таблица 2

Оборот розничной торговли СФО за 2009-2011 годы, млн. руб.

Субъекты СФО	Оборот розничной торговли, млн.рублей			Динамика
	2009	2010	2011	2011 к 2009 в %
Сибирский федеральный округ	1 598 045,9	1 768 915	2 064 138,2	129,17
Алтайский край	159 003,2	180 376,9	218 077,2	137,15
Забайкальский край	84 162,7	94 030,6	106 366	126,38
Иркутская область	191 358,8	197 271,8	225 845,8	118,02
Кемеровская область	234 237,1	258 977,1	287 279,5	122,64
Красноярский край	279 179,1	312 290,6	361 606,8	129,53
Новосибирская область	278 436,8	311 987,1	368 292,5	132,27
Омская область	167 764,2	185 228,6	228 594,6	136,26
Томская область	75 654,3	82 485,3	93 050,3	122,99
Республика Алтай	10 896,1	12 097,6	14 312	131,35
Республика Бурятия	75 365,9	85 436,4	100 937,9	133,93
Республика Тыва	10 244	11 851,3	13 741,6	134,14
Республика Хакасия	31 743,7	36 881,6	46 034	145,02

Таблица 3
Структура оборота розничной торговли СФО
за 2011 годы, млн. руб.

Субъекты СФО	Удельный вес оборота розничной торговли продуктами питания в общем объеме оборота розничной торговли
	2011
Сибирский федеральный округ	34,6
Алтайский край	38,6
Забайкальский край	35,7
Иркутская область	31,2
Кемеровская область	35,9
Красноярский край	33,1
Новосибирская область	33
Омская область	34,7
Томская область	32,1
Республика Алтай	41,9
Республика Бурятия	42,8
Республика Тыва	30,1
Республика Хакасия	30,9

Таблица 4
 Оборот розничной торговли розничных торговых сетей
 в СФО за 2009-2011 годы, млн. руб.

Субъекты СФО	Оборот розничной торговли розничных торговых сетей в % к общему обороту розничной торговли на декабрь отчетного месяца		
	2011	2012	2012 к 2011 в %
Сибирский федеральный округ	16,59	16,78	101,15
Алтайский край	16,71	16,52	98,86
Забайкальский край	8,79	8,73	99,32
Иркутская область	13,5	14,49	107,33
Кемеровская область	12,33	6,43	52,15
Красноярский край	15,09	17,32	114,78
Новосибирская область	24,36	25,24	103,61
Омская область	21,63	23,82	110,12
Томская область	22,88	23,01	100,57
Республика Алтай	23,24	23,58	101,46
Республика Бурятия	6,49	5,6	86,29
Республика Тыва	1,6	2,6	162,5
Республика Хакасия	11,52	11,45	99,39

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 торговли и инфраструктуры в отдельных населенных пунктах, последние были классифицированы на четыре группы, имеющих схожие характеристики:

- 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