

## **О некоторых аспектах реализации Стратегии развития торговли на территории Волгоградской области**

О.И. Бородин

Российский государственный торгово-экономический университет,  
Волгоградский филиал

Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011 – 2015 годы и период до 2020 года, утвержденная приказом Министерства промышленности и торговли РФ от 31 марта 2011 г. № 422 определяет основные ориентиры и пути развития российской торговли. На основе данного системного документа в настоящее время в субъектах РФ инициированы процессы разработки и реализации соответствующих региональных стратегий. На территории Волгоградской области также проводятся мероприятия по формированию Стратегии развития торговой деятельности на среднесрочный период.

Актуально уделить внимание развитию альтернативным товаропроводящим каналам – в т.ч. стимулированию дистанционной торговли. Основными факторами развития данного формата торговли могут выступать:

1. увеличение степени проникновения доступного (в ценовом выражении) и качественного (широкополосного) доступа в Интернет;
2. качественное развитие системы почтовой и курьерской доставки;
3. развитие дистанционных технологий;
4. развитие безопасной системы электронных платежей;
5. защищенность прав потребителей при осуществлении покупок через сеть Интернет.

В Волгоградской области необходим механизм поддержки программ «private label» (частная / собственная торговая марка) для производимых на территории региона товаров.

Важным представляется организация взаимодействия саморегулируемых организаций (СРО), ассоциаций, союзов, иных некоммерческих объединений хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, с органами исполнительной власти регионального и муниципального уровней.