

Все начиналось с рынков

Сегодня эта торговая структура ищет новые формы работы

Губернские рынки в Кузбассе — явление для России уникальное. Игорь Шувалов, первый заместитель председателя правительства РФ, побывав на губернском рынке в Прокопьевске, заявил: «Подобный опыт надо распространять по всей Федерации». Не первая, кстати, инициатива области, которую подхватывают соседние регионы.

Если вспомнить историю: стихийные рынки брежневских времен переросли в организованные ельцинские в начале 90-х, когда начались проблемы со сбытом продукции местных производителей. В Кузбассе ряд губернских структур, облегчающих доступ к товару за счет регулирования цен, появились в начале 2000-х годов, в том числе и рынки. Сегодня в области таковых 6 единиц: 3 — в Кемерове, 1 — в Ленинске-Кузнецком, 1 — в Прокопьевске, и 1 — в Новокузнецке. Более подробно о принципе их работы «ФК» узнал, встретившись с руководством ООО «Сельские рынки Кузбасса».

— **К чему обязывает звание «губернский рынок» — то есть рынок под патронажем губернатора?**

— Департамент цен и тарифов областной администрации⁽¹⁾ регулирует порядка 100 наименований товаров, устанавливая максимальные рыночные цены, под которыми продукция может быть выложена на торговых полках. Мониторинг проводится еженедельно, соответственно еженедель-

но мы получаем ценовые рекомендации. Выше указанных цифр цена на товар подняться не может. Таким образом, кузбассовцы получают возможность приобрести на губернских рынках то, что им нужно, но дешевле, чем в других торговых учреждениях.

— **Каким образом удается снизить цены?**

— Это трудно. С одной стороны, мы осуществляем прямой доступ покупателя к товарам местных производителей. Но с другой — далеко не вся продукция из перечня в 100 наименований производится в Кузбассе, что вынуждает арендаторов торговых площадей искать товар там, где его предлагают по цене ниже, чем в момент реализации. Причем лозунг, сохранившийся для нас со времен Ельцина, звучит так: «Цена должна быть на 10-15% ниже среднерыночной». Что такое «среднерыночная» — никто сегодня сказать не может. И порой возникает парадокс — рекомендуют продавать дешевле, чем возможно купить оптом. Выходом из этой ситуации — для продавца, нашего арендатора — является наценка на другие виды товаров, что, я считаю, неправильно.

Торговле в принципе выживать становится все труднее, особенно с появлением крупных торговых сетей мирового, российского уровня.

— **Что же делать рынкам?**

— Уже подготовлен ряд предложений в департамент потребительского рынка АКО, в частности, по разработке новой методики определения максимальных розничных цен. Сегодня правила игры начала 90-х уже не срабатывают. Тогда торговые наценки доходили до 50-60%, иногда достигали 100%, и сбросить 10% не представлялось сложным. Сейчас потребительский рынок насыщен и продолжает насыщаться, порой бесконтрольно — супермаркеты растут как на дрожжах. У нас имеются позиции, где мы конкурируем с сетями (мясо, рыба, птица,



яйцо и прочее), но в наших торговых точках обязаны присутствовать все компоненты потребительской корзины. И следовало бы пересмотреть ее содержимое.

— **К вопросу о качестве — с детства мы знаем, что именно на рынке все самое свежее. Это так?**

— Именно так, поскольку на рынке нет складов. То, что не реализовано и теряет срок годности, не может быть выставлено на прилавок. Что касается качества мяса — на каждом рынке своя ветеринарная лаборатория, чего нет в обычном продуктовом магазине. И, наконец, преимущество за

«Необходимо отделить подлинную колбасу от соевой и назвать все своими именами. Если в сливочном масле нет молока — это спред. То же надо сделать со всей продукцией»

местным производителем, то есть все буквально «из печи», только что приготовленное.

Но здесь возникает проблема соотношения цены и качества. Есть немало производителей, которые продают колбасу под названием «Докторская» практически без добавления в нее мяса. Соответственно и стоит она дешевле, чем килограмм цельного мяса. А натуральная мясная превысит эту «Докторскую» по цене почти вдвое. Куда пойдет покупатель? Как ему определить качество продукта? Фактически его вводят в заблуждение. Значит, необходимо дифференцировать продукты и выделять группу так называемых «социальных» товаров — дешевых, но весьма сомнительного качества.

— **Вы озвучили много проблем, мешающих развитию рынков. Так есть ли они, перспективы развития, или рынки отходят в прошлое?**

— Развитие будет и с «сетями» мы будем мирно бороться. Главное наше орудие, как вы правильно сказали, — качество.

Более того, уже имеется оригинальный проект рынков другого формата. Пока это секрет, но обещаем: будет интересно.

— **Хоть и наметите...**

— Запланирована более современная структура организации торговли. Она останется рыночной, но несколько видоизменится.

— **Когда ждать интересных перемен?**

— Со строительством новых рынков. Уже имеются проекты создания рынков в Новокузнецке, Киселевске, Белове, Кемерове, Юрге. Решаются земельные вопросы. В 2009 году перед нами была поставлена задача открыть 10-15 губернских рынков по области, и мы к этому стремимся.

Все начиналось с рынков, за ними будущее, они, безусловно, всегда будут востребованы.

¹ Департамент цен и тарифов с 01.09.2013 ликвидирован и переходит под патронаж РЭК КЮ.

4 процента

составил рост цен на продовольственные товары в Кузбассе начала 2013 года

А как у соседей?

Оригинальные методы поддержки местных производителей в близлежащих регионах



Сергей Семка, министр промышленности, торговли и развития предпринимательства Новосибирской области:

— Ежегодно совместно с администрациями муниципальных образований региона министерство промышленности,

торговли и развития предпринимательства оказывает поддержку местным товаропроизводителям. Одной из мер поддержки является предоставление льготных торговых мест на рынках Новосибирской области.

Большинство рынков области предоставляет товаропроизводителям льготные торговые места, то есть со значительной скидкой по оплате. Размер этой льготы управляющие компании рынков определяли самостоятельно. В среднем она составляет от 10% до 30%. В ряде случаев рынки предоставляют рабочие места абсолютно бесплатно.

Из 2 210 льготных торговых мест, выделенных местным производителям, 1 609 предостав-

лены владельцам личных подсобных хозяйств, занимающихся садоводством, огородничеством и животноводством. 392 места — местным предприятиям пищевой и перерабатывающей промышленности, 124 места — сельхозтоваропроизводителям, еще 85 мест — крестьянско-фермерским хозяйствам.



Евгений Эдин, помощник по СМИ министра сельского хозяйства и агропромышленной политики Красноярского края:

— Выбранным министерством сельского хозяйства и агропромышленной политики края логистический оператор — НП «Красноярский краевой продовольственный альянс» — разработал единый стиль оформления мест продаж местной продукции и специальный знак «Енисей-продукт». С помощью этого на полках магазинов выделяются товары, которые были произведены краевыми предприятиями АПК. Это происходит в рамках

реализации закона о дополнительных мерах поддержки предприятий АПК края.

В магазинах местное продовольствие либо выставляется на специальных прилавках, либо обозначается на полке ценниками и стикерами со знаком «Енисей-продукт».

Александр Карлин, губернатор Алтайского края:

— В июне текущего года правительство России приняло Стратегию развития индустрии детских товаров на период до 2020 года. Согласно ей внутренний рынок страны должен быть насыщен качественными детскими товарами и продуктами питания отечественного производства. Алтайский край имеет значительный потенциал для реализации стратегии. Как аграрный, он делает упор на создание качественных продуктов питания для детей (включая питание для детей первых лет жизни, для школьников и лечебное и здоровое питание). На местном рынке уже есть предприятия, работающие в этом направлении и

хорошо себя зарекомендовавшие. Функциональное питание и витамины производят крупные компании ЗАО «Алтайвитамины» и ЗАО «Эвалар». На зерноперерабатывающих предприятиях края начали выпускать особую крупу, не требующую варки (зерновые хлопья). В ней сохраняется гораздо больше ценных веществ. В планах властей — увеличение выпуска детского питания из мясных продуктов, детского сыра.

Есть на Алтае и производители промышленных товаров для детей — ЗАО «Бийская мебельная фабрика», ООО «Мартика» (производитель изделий из пластмассы, экспортирующий товары за границу), ЗАО «Швейная фабрика». Следует увеличить объем выпуска школьной формы, мебели для школ из алтайской древесины, игровых комплектов и нетравмоопасных детских площадок, комплектов постельных принадлежностей и полотенец для детских садов. Кроме того, необходимо увеличить тираж детских книг алтайских писателей.

Предприятиям сферы оказания услуг для детей, в том числе услуг в сфере образования, оздоровления, туризма, также окажут поддержку.