

СТРАТЕГИЯ

развития потребительского рынка в Ставропольском крае на период до 2020 года

1. Миссия потребительского рынка Ставропольского края

Миссия потребительского рынка Ставропольского края – его предназначение, характеризующееся целями и задачами, для реализации которых осуществляется его функционирование:

- удовлетворение платежеспособного спроса потребителей предложением достаточного количества разнообразных безопасных и качественных потребительских товаров и услуг.

Для разработки стратегии развития потребительского рынка Ставропольского края с целью выявления проблем был осуществлен стратегический анализ по методике SWOT.

2. Таблица стратегического (SWOT) анализа развития потребительского рынка Ставропольского края

Сильные (S), слабые (W) стороны, возможности (O) и угрозы (T)

Сильные стороны развития отрасли	Слабые стороны развития отрасли
1. Устойчивый рост объемов розничного оборота, общественного питания и бытовых услуг населению. 2. Интерес потенциальных инвесторов. 3. Развитая сеть транспортных коммуникаций. 4. Развитие особых экономических зон туристско - рекреационного типа. 5. Высокая платежеспособность населения. 6. Большой рынок сбыта. 7. Выгодное географическое положение для продвижения товаров в За-	1.Отсутствие законодательной базы, регулирующей деятельность и развитие внутреннего потребительского рынка в Российской Федерации, и механизмов взаимодействия между федеральными, региональными и местными структурами. 2. Отсутствие механизмов регулирования потребительской сферы органами государственной власти субъекта РФ и органами местного самоуправления. 3. Неэффективность государственного контроля и надзора, правоохрани-

<p>кавказье, страны Ближнего и Среднего Востока, Индию.</p> <p>Ставропольский край является осевым регионом Северного Кавказа (субъекты ЮФО, РФ и суверенные государства, входившие в состав СССР) с точки зрения развития торговли.</p> <p>Расположение региона КМВ на пересечении крупнейших железнодорожных и автомобильных магистралей, связывающих большинство регионов Северного Кавказа с другими частями России, способствует его развитию внутри Ставропольского края как крупнейшего центра оптовой торговли юга РФ. Регион находится в центре большого потребительского рынка, насчитывающего 5–6 млн. чел, в зоне 4–5-часовой транспортной доступности от г. Пятигорска.</p> <p>8. Вступление России во Всемирную Торговую Организацию, расширение международного сотрудничества и межгосударственных связей, что позволит расширить товарный ассортимент, снизить цены на импортные товары за счет понижения таможенных пошлин.</p>	<p>тельной деятельности государства.</p> <p>4. Низкая культура потребления, не способная в решающей мере влиять на конкуренцию. Отсутствие социальной составляющей в потребительской сфере.</p> <p>5. Отсутствие развитого оптового звена торговли с соответствующей инфраструктурой (современные складские помещения, оборудование, специализированный транспорт, цеха доработки, расфасовки, упаковки продукции), в т.ч. у предприятий АПК.</p> <p>6. Всевозрастающие барьеры для входа в крупные сетевые компании – необходимость уплаты входных бонусов, бонусов за предоставление места в торговом зале.</p> <p>7. Недостаточный ассортимент производимых в крае высококачественных потребительских товаров, в т.ч. продовольственных. Отсутствие соответствующих производств в крае.</p> <p>8. Недостаточное внедрение логистических механизмов в процессе оптовой торговли. Недостаточный рост межрегиональных связей в области товародвижения.</p> <p>9. Низкий профессиональный уровень работников потребительской сферы.</p>
--	--

Возможности	Угрозы
<p>1. Развитие, совершенствование инфраструктуры потребительского рынка, в т.ч. сетевой торговли, за счет использования возможностей внутрикраевых и внешних инвесторов. Ускоренное развитие предприятий «шаговой доступности», снижение арендной платы,</p>	<p>1. Проникновение на рынок контрафактной, низкокачественной продукции.</p> <p>2. Недобросовестная конкуренция со стороны хозяйствующих субъектов других регионов (поглощение, рейдерство и т.д).</p>

<p>торговой наценки.</p> <p>2. Развитие туристической отрасли для увеличения занятости, повышения уровня благосостояния населения края, что, как следствие, приведет к увеличению объемов реализации торговых и бытовых услуг. Повышение объема внутреннего спроса.</p> <p>3. Количественный рост организаций потребительской сферы при усилении тенденции к инновационному развитию.</p> <p>4. Совершенствование системы регулирования потребительской сферы по критерию качества, в том числе с элементами государственной поддержки.</p> <p>5. Создание устойчивых элементов добросовестной конкуренции в отрасли.</p>	<p>3. Полное замещение товарооборота импортными товарами и товарами из соседних регионов (КЧР, Ростовская область, Краснодарский край и др.).</p>
---	---

Развитие потребительского рынка края связано с наличием ряда рисков. Источниками их существования являются:

- зависимость конъюнктуры рынка потребительских товаров и услуг, темпов и пропорций его развития от внешних макроэкономических и социальных условий и факторов. В их числе – сохранение низкой покупательной способности значительной части населения Ставропольского края, высокая инфляция и импортная зависимость рынка, особенно непродовольственного;

- частная собственность предприятий потребительского рынка. Выполнение основных задач будет лимитироваться возможностью выделения денежных ресурсов из бюджета Ставропольского края;

- необходимость соблюдения приоритета федерального законодательства и недостаточность краевой нормативно-правовой базы. Многие правовые проблемы развития потребительского рынка и услуг Ставропольского края из-за пробелов и недостатков в федеральном законодательстве могут

явиться препятствием в достижении целей стратегии развития потребительского рынка или отодвинуть их срок;

- финансовые возможности бюджета Ставропольского края.

3. Стратегические цели развития потребительского рынка Ставропольского края

Определение миссии потребительского рынка Ставропольского края послужило основой для формирования главных стратегических целей:

- формирование добросовестной конкуренции, как основы улучшения качества жизни населения края, повышения инвестиционной привлекательности;

- обеспечение для всего населения доступности потребительского рынка в цивилизованных формах его организации;

- формирование развитой системы товародвижения, создающей благоприятные возможности для товаропроизводителей Ставропольского края и способствующей оптимальному соотношению на потребительском рынке местных и завозимых товаров.

4. Основные стратегические приоритеты развития потребительского рынка Ставропольского края

Реализация стратегии развития регионального потребительского рынка товаров и услуг предполагает решение следующих приоритетных задач:

1. Государственная координация и правовое регулирование в сфере потребительского рынка.

2. Обеспечение доступности потребительского рынка в цивилизованных формах его организации, пропорционального развития всех элементов инфраструктуры потребительского рынка в городских округах и муниципальных районах края.

1.1. участие в разработке федерального законодательства (на текущий момент проекта Федерального закона «Об основах государственного регулирования и развития торговой деятельности в Российской Федерации») с учетом стратегических задач, принятия и реализации подзаконных актов;

1.2. реализация требований Федерального закона «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации»;

1.3. принятие нормативно-правовых актов, регулирующих процесс реализации стратегии развития потребительского рынка Ставропольского края, в том числе отношений, возникающих между органами государственной власти края и органами местного самоуправления края, с одной стороны, и юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, с другой стороны, в связи с организацией и осуществлением последними деятельности на потребительском рынке края;

1.4. разработку и реализацию **краевых целевых и ведомственных программ**, конкретизирующих стратегию развития потребительского рынка Ставропольского края;

1.5. разработку и реализацию годовых и среднесрочных оценок и прогнозов развития потребительского рынка Ставропольского края;

1.6. создание системы мониторинга и контроля за реализацией стратегии развития потребительского рынка Ставропольского края.

2. Обеспечение доступности потребительского рынка в цивилизованных формах его организации, пропорционального развития всех элементов инфраструктуры потребительского рынка в городских округах и муниципальных районах края путем:

2.1. развития и совершенствования инфраструктуры и организации розничной торговли и доведения показателя обеспеченности торговой площадью на 1 тыс. человек до 500 кв. метров, в том числе путем интегрирования хозяйственной деятельности различных торговых структур в рамках об-

щей организационной формы, развития фирменной торговли местных товаропроизводителей, разработки и соблюдения схем размещения нестационарных торговых объектов на территориях муниципальных образований края, комплексного развития предприятий потребительского рынка в отдаленных сельских населенных пунктах, электронной торговли.

2.2. приведения деятельности розничных рынков края в соответствие с требованиями законодательства, создания условий для реализации излишков сельскохозяйственной продукции путем организации сельскохозяйственных розничных и оптовых рынков (не менее 5 до 2012 года) и увеличения количества торговых мест на универсальных рынках на 30 % до 2012 года;

2.3. ликвидации стихийной торговли на территории края;

2.4. развития и совершенствования инфраструктуры и организации общественного питания, в особенности организации питания учащихся образовательных учреждений (100 % охват горячим питанием)

2.5. содействия развитию цивилизованного, конкурентного оптового рынка, предусматривающего:

- рост числа крупных оптовых структур, выступающих организаторами оптового оборота;

- привлечение владельцев и операторов мелкооптовых рынков к созданию современных объектов оптовой и оптово-розничной торговли в качестве инвесторов;

- оптимизацию товаропроводящей системы, уменьшение доли посредников на оптовом рынке.

2.6. развития и совершенствования инфраструктуры и организации бытового обслуживания населения, комплексного развития бытовых услуг в сельской местности, доведения уровня обеспеченности бытовыми услугами в сельской местности до 7 рабочих мест на 1000 жителей и до 10 – в городской.

3. Создание и поддержание условий для равной, добросовестной конкуренции путем:

3.1. декриминализации сферы потребительского рынка, легализации теневого оборота, борьбы с контрафактной и фальсифицированной продукцией через рационализацию государственного регулирования и контроля деятельности в сфере потребительского рынка на принципах безусловного верховенства закона, обеспечения единства прав и ответственности контролирующих органов;

3.2. в рамках краевых целевых программ «Развитие потребительского рынка и услуг Ставропольского края», «Совершенствование организации питания в образовательных учреждениях Ставропольского края» де бюрократизации процедуры выхода на потребительский рынок края новых предприятий и обеспечения эффективного контроля над поведением хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение, посредством мониторинга процесса ценообразования;

3.3. в рамках краевой целевой программы «Защита прав потребителей в Ставропольском крае»:

- создания доступной для населения Ставропольского края организационной системы защиты прав потребителей, организации консультативной, юридической помощи потребителям, содействия досудебному и судебному урегулированию споров;

- создания и развития краевой образовательной и пропагандистской системы по вопросам защиты прав потребителей;

- повышения профессионального уровня работников потребительской сферы;

3.4. в рамках краевой целевой программы «Обеспечение качества пищевых продуктов и их безопасности для здоровья населения Ставропольского края на 2008-2010 годы»:

- проведения мониторинга качества и безопасности пищевых продуктов, вытеснения с потребительского рынка Ставропольского края поставщиков некачественных пищевых продуктов;

- широкого и достоверного информирования потребителей через средства массовой информации о высококачественных и безопасных пищевых продуктах и их производителях.

4. Создание точек роста, особой экономической зоны регионального уровня.

4.1. Содействовать развитию потребительского рынка на территории особо охраняемого эколого-курортного региона Российской Федерации - **Кавказских Минеральных Вод**, благоприятствующего внедрению высокотехнологичных форм торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения.

4.2. Определить рыночную структуру региона Кавказских Минеральных Вод для создания крупного **современного торгового комплекса**, включающего в себя оптовую инфраструктуру.

Ставропольский край является осевым регионом Северного Кавказа с точки зрения развития торговли. Расположение региона КМВ на пересечении крупнейших железнодорожных и автомобильных магистралей, связывающих большинство регионов Северного Кавказа с другими частями России, способствует его развитию внутри Ставропольского края как крупнейшего центра оптовой торговли юга РФ. Регион находится в центре большого потребительского рынка, насчитывающего 5–6 млн. чел, в зоне 4–5-часовой транспортной доступности от г. Пятигорска.

По известности и величине своих рынков Кавказские Минеральные Воды превзошли рынки других городов и районов Юга России. Наибольшая концентрация торговых предприятий наблюдается в г. Пятигорске, где дей-

ствуют 18 благоустроенных рынков с общей численностью торговых мест - около 16 тысяч.

Высокая концентрация торговых мест, предлагающих самые разнообразные товары по видам, качеству, номенклатуре и цене, а также удобные транспортные подъезды, обустроенные автостоянки, широкий спектр сервисных услуг, разветвленная сеть предприятий общественного питания, наличие достаточного количества мест гостиничного фонда, а также благоприятные природно-климатические условия – все это создает предпосылки того, что на рынки региона КМВ, в Пятигорск, едут мелкооптовые организации и предприниматели, а также граждане из всех субъектов ЮФО.

5. Развитие торговой деятельности потребительской кооперации.

Основными путями развития потребительской кооперации Ставропольского края являются:

- увеличение степени охвата розничным оборотом денежных доходов сельского населения, направляемых на покупку потребительских товаров в сельской местности;

- увеличение степени охвата горячим питанием учащихся школ, гимназий, лицеев, колледжей, средних специальных учебных заведений;

- увеличение доли продукции собственного производства в розничном обороте, проникновение на рынки городов края для торговли сельскохозяйственными продуктами, закупленными у сельского населения и в фермерских хозяйствах;

- рациональное использование имеющихся площадей организаций розничной торговли (в малых населенных пунктах) на основе преобразования их в «Магазины - приемо-заготовительные пункты», занимающиеся наряду с торговлей, приемом заказов на бытовые услуги, закупкой у населения сельскохозяйственной продукции, лекарственно-технического сырья, дикорастущих плодов, ягод, грибов и др.;

- расконсервация и включение в активную деятельность ранее закрытых организаций розничной торговли путем их реконструкции и технического перевооружения с целью создания условий для приема от населения края сельскохозяйственных продуктов, первичной их переработки, реализации продукции предприятий общественного питания, аптечной торговли, оказания населению парикмахерских, ремонтных и других бытовых услуг.

- улучшение торгового обслуживания населения на основе организации торговли по образцам, предварительным заказам с доставкой на дом, продажи потребительских товаров на полевых станах, в бригадах, на фермах;

- организация продажи товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения в счет оплаты за сданную сельскохозяйственную продукцию;

- восстановление деятельности межрайонных, районных оптовых баз;

- организация предприятий по хранению, переработке, расфасовке и предпродажной подготовке товаров краевых производителей и продукции, закупаемой у населения.

6. Формирование механизма социальных гарантий и регулирования цен в сфере социально значимых товаров и услуг путем:

6.1. введения в потребительскую сферу элементов государственного ценообразования:

- заключение соответствующих соглашений;

- содействие развитию логистических центров, особенно в части реализации национального проекта развития агропромышленного комплекса края.

6.2. реализации принципа частно - государственного партнерства:

- регулирование уровня заработной платы в отрасли путем заключения региональных соглашений, организации контроля и государственного надзора за обязательным их исполнением;

- разработка и реализация социально-значимых инвестиционных проектов в части создания сети обслуживания льготных категорий населения

(определение и формы государственного участия): магазинов-дискаунтеров, предприятий, обеспечивающих питанием рабочих, студентов, школьников и учащихся колледжей, детей в дошкольных учреждениях, предприятий бытового обслуживания, оказывающих социально значимые виды услуг.

7. Обеспечение доступности товаров местных производителей в торговую сеть края, в том числе путем организации ими собственных товаропроводящих сетей и повышения качества, расширения ассортимента производимых в крае потребительских товаров, а также создание условий для реализации излишков сельскохозяйственной продукции (КФХ, личных подсобных хозяйств граждан) путем:

7.1. поддержки местных товаропроизводителей, в том числе, в организации ими собственных товаропроводящих сетей (создание межрайонных распределительных складов, баз хранения с условиями для первичной обработки и упаковки);

7.2. развития фирменной торговли местных товаропроизводителей;

7.3. развития оптовой рыночной торговли сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием:

- крупных универсальных торгово - логистических центров по доставке товаров от производителя к продавцу;

- внедрение в оптовое звено хранения, фасовки и перерабатывающих производств, в том числе по переработке отходов и остатков нереализованной продукции;

- развитие ярмарочной деятельности.

7.4. содействия созданию на территории края федеральной особой экономической зоны агропромышленного типа - **агрозоны «Изумрудная долина»**. Задача этой зоны – создание современного высокотехнологичного и высокоэффективного экологически чистого сельскохозяйственного производст-

ва на уровне лучших мировых стандартов, а также системы переработки сельскохозяйственной продукции и выпуска брендовых продуктов питания.

8. Защита прав потребителей, создание действенной системы контроля качества и безопасности товаров и услуг путем реализации краевых целевых программ:

- «Обеспечение качества пищевых продуктов и их безопасности для здоровья населения Ставропольского края на 2008-2010 годы»;

- «Защита прав потребителей в Ставропольском крае».

9. Разработка комплекса мероприятий по профессиональной подготовке и переподготовке работников торговли путем:

9.1. создания единой системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров с привлечением отраслевых учебных заведений, в том числе учреждений начального и среднего профессионального образования;

9.2. проведения краевого конкурса «Торговля, общественное питание и бытовые услуги нового тысячелетия», конкурсов профессионального мастерства «Лучший по профессии».

6. Ожидаемые результаты реализации стратегии

В результате реализации мероприятий стратегии прогнозируются следующие показатели:

темп роста розничного товарооборота 2012 года к 2007 году – 165,5%,
2020 года к 2012 году – 234,5%;

темп роста оборота общественного питания 2012 года к 2007 году –
218,1%, 2020 года к 2012 году – 308,3%.

Развитие потребительского рынка края до 2020 года согласно приложению к Стратегии.