Решение

заседания Комитета по развитию потребительского рынка Северной торгово-промышленной палаты по вопросу **«Развитие мелкорозничной торговли в муниципальных образованиях Мурманской области как социально значимого вида малого и среднего бизнеса»**

г.Мурманск

27.03.2013

Малый бизнес является основой развития любой экономики, обеспечивая её стабильность и динамический рост. Он способствует созданию новых рабочих мест, обеспечивает занятость населения, в итоге уменьшается уровень безработицы. Кроме того, малый бизнес лучше других выполняет очень важную функцию – он является, так называемым, социальным лифтом, так как позволяет человеку, используя свои способности, самостоятельно повысить свой социальный статус и уровень жизни.

Очевидность роли малого бизнеса в экономике и социальной сфере страны подразумевает огромную роль государства в его развитии. Тем не менее, наблюдается непоследовательный подход в государственной политике в области поддержки малого бизнеса с применением двойных стандартов. С одной стороны, Правительством РФ закладываются колоссальные финансовые ресурсы на реализацию комплекса мер по поддержке малого бизнеса, Президент страны и Председатель Правительства РФ в унисон говорят о необходимости снижения административных барьеров, особенно для малого бизнеса, с другой стороны, возникают все новые ограничения и нарастает давление на малый бизнес, возникают новые административные барьеры. Такая непоследовательность сказывается не только на состоянии малого бизнеса и тормозит его развитие, но и подрывает доверие к власти.

Значительная часть малого бизнеса осуществляет свою деятельность в сфере потребительского рынка. Однако, одной из ключевых проблем российских городов является нехватка торговых площадей. Если в Европе и Северной Америке на 1000 жителей приходится 1500-2000 квадратных метров стационарной торговой недвижимости, то в Москве этот показатель едва дотягивает 700 кв. метров, в Мурманске – 767, а в других городах и того меньше. Дефицит торговых площадей ведёт к завышенным ставкам аренды на них, высоким издержкам розничных продавцов и, соответственно, ненормально высоким розничным ценам. Поэтому исключительное значение, намного больше, чем в Европе, приобретают нестационарные объекты, восполняющие нехватку торговых помещений. Борьба с мелкими нестационарными торговыми объектами, которая наблюдается во многих городах, ведёт к дальнейшему сокращению и без того недостающих площадей под торговлю, общественное питание и службу быта, к усилению монополизации и, как итог, росту цен.

В Мурманской области с 2011 года, помимо успешно развивающейся повсеместно сети Евророс, наблюдается также интенсивное развитие сетей универсамов «Семья», «Дикси». В этих объектах развиты системы скидок, акций, что привлекает покупателей, особенно малоимущие слои населения. Они работают по ассортиментной матрице и не работают с местными товаропроизводителями или реализуют крайне ограниченный ассортимент товаров местного производства. Это существенно влияет на деятельность местных товаропроизводителей. Так, например, в Апатитах сократилась реализация продукции ОАО «Апатитский молочный комбинат», ОАО «Апатитхлеб», мини-пекарни ИП Яковлева А.В. и ИП Величко С.П. в среднем на 30%. Не лучше обстоят дела с реализацией товаров местных производителей и в Мурманске.

Безусловно, ситуация складывается не везде одинаково. При проведении ревизии объектов мелкорозничной торговли в ЗАТО Североморск было выявлено, что треть из них закрыты, т.е. не функционируют. Следует учесть, что в городе активно развивается сеть супермаркетов Евророс: один уже функционирует и до конца войдут в строй ещё 3 магазина. Так стоит ли удивляться, что ларьки закрываются?!

При этом, в торговых сетях функционирующих на территории Мурманской области представлено всего лишь 30% ассортимента продукции местных производителей, а «бонусы»,

которые, не смотря ни на что, по-прежнему имеют место во взаимоотношениях поставщиков и сетей, сводят на нет рентабельность производителей пищевой продукции. В связи с этим актуальной становится потребность местных производителей в торговых площадях для реализации собственной продукции, в том числе и через мелкорозничную сеть.

Администрации муниципальных образований, приветствуя вхождение всё новых сетей на потребительский рынок Мурманской области, ничуть не озабочены положением местных производителей товаров и малого бизнеса в сфере потребительского рынка.

Новые изменения в закон № 171 от 22.11.1995 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» с 1 января 2013 года ввели запрет на продажу в нестационарных торговых объектах пива и слабоалкогольной продукции. Законопроект Минсоцразвития РФ «О защите здоровья населения от последствий потребления табака», который принят Госдумой 12.02.2013 в третьем чтении, разрешает продажу табачных изделий только в стационарных торговых объектах площадью не менее 50 кв. метров.

Запрет на выкладку и демонстрацию потребителю табачной продукции нарушает права потребителя на получение информации о продукте. А результатом этих нововведений, как это уже случалось, будет рост теневого оборота табачных изделий. Подобные ограничения являются необоснованной дискриминацией мелкой розницы в пользу крупных розничных сетей и противоречат законодательству о защите конкуренции.

Наряду с этим, следует отметить имеющиеся недостатки в размещении объектов мелкорозничной торговли, организации их работы и контроля за соблюдением законности их размещения и требованиям безопасности, такие как:

- отсутствие чётких критериев и принципов размещения торговых объектов, непрозрачность процедур выделения торговых мест;
- наличие объектов несанкционированной торговли, что приводит к потере поступлений в бюджет;
- не регулируются отдельные сегменты мелкорозничной торговли: мобильная, автоматизированная, сезонная, временная (праздничная, ярмарочная и другие).

Так, например, на территории области, в том числе в Мурманске установлено значительное количество передвижных объектов (тонары, прицепы), в том числе по реализации рыбной продукции, основным назначением которых является выездная торговля на рабочий день с последующим возвращением на базовое предприятие для проведения санитарной обработки. Лёгкость их установки способствует возникновению несанкционированной торговли и создает угрозу санитарно-эпидемиологическому благополучию населения города ввиду того, что предусмотренное заводами изготовителями холодильное оснащение передвижных торговых объектов является недостаточным для хранения и реализации широкого ассортимента мороженой и готовой рыбной продукции и это приводит к ухудшению её качества. Реализация продукции в них осуществляется и с другими нарушениями закона о защите прав потребителей и санитарных требований: отсутствие документов, подтверждающих качество и безопасность реализуемой продукции, информации об юридическом лице или индивидуальном предпринимателе, осуществляющем деятельность, используются средства измерения, не прошедшие метрологическую поверку.

Все это говорит о том, что необходимо разработать четкие и понятные, прозрачные правила размещения и функционирования мелкорозничной торговой сети в каждом муниципальном образовании и осуществлять контроль за их выполнением.

Правительство Москвы, например, своим постановлением №26-ПП «О размещении нестационарных торговых объектов, расположенных в городе Москве на земельных участках, в зданиях, строениях и сооружениях, находящихся в государственной собственности» утвердило Концепцию развития мелкорозничной торговли. В Концепции закреплены такие основные принципы развития мелкорозничной торговли как :

- идеология развития мелкорозничной торговли как социально значимого вида малого и среднего бизнеса;
- введение четких и прозрачных правил, нормативов и процедур;
- закрепление принципа незыблемости и неограниченности прав предпринимателя сроками ведения

бизнеса при возможной смене места, если его изъятие необходимо для развития городской территории и другие.

Проведение такой политики в отношении мелкорозничной торговли позволит обеспечить сбалансированное развитие разных форматов торговли и создаёт комфортную среду для горожан и бизнеса.

Участники заседания, обсудив состояние мелкорозничной торговли на территории Мурманской области как социально значимого вида малого и среднего бизнеса, приняли решение:

1.Рекомендовать руководителям муниципальных образований:

- разработать четкие и понятные схемы размещения мелкорозничной торговой сети с учетом равномерного обеспечения всех жителей города объектами торговли по реализации товаров первой необходимости шаговой доступности. Обсудить и утвердить их на Совете по развитию МСБ. Сделать эту информацию доступной для всех желающих развивать свой бизнес в этой сфере путем размещения схем на сайте администрации;

- в целях устранения коррупционной составляющей обеспечить прозрачность процедуры выделения мест для размещения объектов мелкорозничной торговли, в том числе на конкурсной основе;

- оказать содействие местным товаропроизводителям в реализации своей продукции, в том числе через мелкорозничную сеть;

- в целях наилучшего обеспечения населения свежей рыбой организовать в городе Мурманске совместно с Ассоциацией прибрежных рыбопромышленников и фермерских хозяйств постоянно действующую ярмарку выходного дня по реализации свежей рыбы из уловов прибрежного флота.

2. Рекомендовать предпринимателям в сфере мелкорозничной торговли:

- в целях сохранения и развития бизнеса обеспечить безусловное выполнение всех норм и правил функционирования на рынке, соблюдения требований закона о защите прав потребителей;

- для защиты своих прав и интересов объединяться в бизнес-ассоциации и находиться в постоянном диалоге с муниципальными органами власти и Северной торгово-промышленной палатой;

- обеспечить присутствие своих представителей в Координационных советах по развитию малого бизнеса на всех уровнях(городской, областной, российский).