

№2/2013

Рынки России

ВСЕ О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ РЫНКОВ

РЕГИОНЫ БОРЮТСЯ ЗА ИНТЕРЕСЫ РЫНКОВ И ВНЕСЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В ЗАКОН №271

АКТУАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ И ЭКСПЕРТНЫЕ ОЦЕНКИ

ОБЗОР ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ И РЫНОЧНЫЙ ЛИКБЕЗ

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И РУБРИКА «УЛЫБНИСЬ»



Содержание

ОТ РЕДАКЦИИ

- Новости Ассоциации рынков Ростовской области.....4
- «Что день грядущий нам готовит» или российский малый бизнес в условиях всемирной торговой революции.....4
- Новые возможности – новые перспективы.....10
- И с конкуренцией у нас всё хорошо?11

НОВОСТИ РЕГИОНОВ

- Челобитная Путину не поможет малому бизнесу.....12
- Обращение Всероссийской конференции «Особенности и направления развития торговли в условиях ВТО»..... 13

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ

- Рыночный ЛИКБЕЗ покупателям.....16
- Куда уходят рынки?..... 17
- Грустный фоторепортаж.....19
- А рынкам слабо?.....20

Цитата номера.....21

ЛИЦО ВЫПУСКА

- Член Президиума Ассоциации рынков Ростовской области Шапошников Э.М.....22

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

- Защитники потребителей против супермаркетов.....24
- Рынок Мюнхена как символ респектабельности и здоровья нации.....25
- Знакомство с Венским рынком «Нашмаркт»..... 27

Журнал
«Рынки России»

Проект инициирован
Ассоциацией рынков Ро-
стовской области

Главный редактор:

Кунгурова Э.Г.

Редакционный совет:

Председатель: Мухомов Ю.И.

Члены совета:

Курганский С.В., Раннев П.И.

Издатель:

ООО «Общая забота»

Электронный журнал.

Периодичность:

1 раз в квартал

Предложения о сотрудни-
честве и размещении ре-
кламы присылайте в адрес
редакции:

rinki.zabota@gmail.com

тел.8(863) 226-03-47.

Уважаемые читатели!
Приглашаем Вас стать нашими
подписчиками на электронную
версию журнала «Рынки России»!

Стандартная подписка включает
рассылку электронной версии жур-
нала на электронную почту управ-
ляющей компании рынка
(стоимость **300 руб. за номер**).

Для оформления подписки **необхо-
димо** направить заявку свободной
формы на эл. адрес редакции:

rinki.zabota@gmail.com

По вопросам распространения
журнала на территории рынков
обращайтесь в редакцию.

ПОКУПАТЕЛЯМ

- **Блеск и нищета супермаркета.....28**
- **Развеем мифы о рынке.....33**

КАК ЖИВЕШЬ, ИП?

- **Рынок как подводная лодка34**
- **Российские власти фактически объявили войну
малому бизнесу.....36**

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ НА ЗАМЕТКУ

- **Советы и секреты.....39**

Фотоконкурс «Улыбнись».....44



Новости Ассоциации рынков Ростовской области

22 мая 2013 года состоялось отчетно-выборное собрание АРРО. Работу Ассоциации признали хорошей. Президентом был избран Муковоз Ю.И., генеральный директор ЗАО Центральный рынок г. Ростов – на – Дону. Избран Президиум Ассоциации.

1. Собрание приняло решение продолжить работу по внесению изменений в ст. 24 ФЗ № 271 (на данный момент 2 законопроекта внесены Советом Думы в примерный план работы на ближайший период). Ассоциация направила по соответствующим адресам, и будет добиваться внесения ряда изменений и дополнений в Постановление Правительства Ростовской области от 08.08.2012 №740 «Об утверждении Порядка организации ярмарок...».

2. Собрание приняло решение:

- Утвердить проект интернет – портала «Рынки России» и приступить к его исполнению с 1.06.2013 года (*Исполнитель ООО «Общая забота», Ассоциация рынков РО*).
- Всем членам Ассоциации оказать поддержку и подписаться на электронный журнал «Рынки России».

«Что день грядущий нам готовит» или российский малый бизнес в условиях всемирной «торговой революции»

Из выступления Президента Ассоциации рынков Ростовской области, генерального директора ЗАО Центральный рынок г. Ростов – на – Дону Муковоза Ю.И., 22 мая 2013 года на отчетно-выборном собрании Ассоциации.

«...С одной стороны, 271-ФЗ с 1 января 2013 полностью вступил в действие, а с другой, нужных условий для его исполнения нет.

Для того, что бы понять причину произошедшего следует проанализировать роль государственных органов в процессах развития розничной торговли в стране и в том числе рыночной торговли, да и в целом понять суть происходящих процессов.

Рыночная деятельность в 90-х выражалась в России в самостийной коммерции, фактически самовольном захвате площадей индивидуальными торговцами **при почти полном отсутствии интереса к процессам со стороны городских властей, занятых другими делами в этот период.**

К концу 90-х власть и бизнес упорядочили стихийный «народный рыночный капитализм» (терминология исследователей экономистов), ввели его в поле администрирования и уплаты налогов. *Рынки становятся объединением торговых объектов капитального и некапитального типа, собственников и арендаторов торговых мест. Средний и мелкий опт, стартовая площадка для бизнеса, место, где всегда можно было найти работу и приемлемые усло-*

вия для потребителя того времени. Рынки 90-х оказались спасительной социальной нишей для предоставленного самому себе населению России в период «системного сдвига». Рынки не позволили вылиться на улицы социальной напряженности в постсоветской стране. По экспертным оценкам, «челноки» обеспечивали до 25% импорта потребительских товаров в Россию, а по некоторым товарным позициям и до 75%.

В середине 1990-х гг. «челночный» бизнес на всех его стадиях — от закупки товаров за рубежом до их продажи на вещевых рынках — обеспечивал работой 10 млн. человек, а на рынках страны накануне принятия закона №271 занято около 6 млн. человек. К концу 90-х начались объективные процессы сокращения рынков и количества предпринимателей занятых на них. Уходят пришедшие за быстрыми деньгами, остаются те, кто планирует работать на перспективу и с учетом требований нового времени.

В конце девяностых в нашу страну приходит зарубежная сетевая торговля. Главным образом на оптовых закупках зарубежной продукции формируется местный ритейл. Сетевая торговля пока занята завоеванием покупателей премиум класса, но уже готовится ко второй волне завоевания российского потребительского рынка. И сразу возникает дискуссия о «цивилизованной торговле». Цивилизованную торговлю в лице сетевых розничных компании в прессе «рекламировали» как новый уровень торговли, к которому желательно бы перейти, по мнению представителей властных структур. Один из основных аргументов – это «западный», «европейский» характер «цивилизованных» форматов. **Начинается вытеснение рынков и других «нецивилизованных форматов» торговли при этом активно используется административный ресурс.**

Россия интегрируется в мировое экономическое пространство. Пока без всяких правил и мер защиты своих предпринимателей, но с высокими скоростями перемен в розничной торговле и их кардинальностью. Экономисты называют происходящее не иначе как **«торговой революцией»**, так как в ее ходе затрагиваются экономические интересы миллионов отечественных производителей, предпринимателей, покупателей. В ней заложен большой конфликтный потенциал.

В начале 21 века наступил очередной важный этап, связанный с приходом на российский рынок транснациональных сетей Metro.Cash & Carry, Spar (2001 г.), Auchan (2002 г.) и т.д. Западные сети, прежде всего, предложили две новые для нашей страны торговые формы — гипермаркеты и мелкооптовые магазины, работающие в среднем и экономичном сегментах рынка, но более демократичные по сравнению с супермаркетами, с разворачиванием сети гипермаркетов и мелкооптовых магазинов. Большинство западных компаний выбирают в качестве непосредственного **ориентира уровень цен открытых рынков**, стремясь к привлечению **наиболее массового и не слишком обеспеченного покупателя.**

Гипермаркеты заявляют, что готовы заменить собой открытые рынки!

И вскоре появляются заявления представителей московских властей, о дальнейшем планировании закрытия или преобразования в многофункциональные торговые комплексы двух-трех десятков рынков в год, т.е. процесс их вытеснения обещано ускорить.

Провинция подхватывает «новации» столичных центров. (Мы тоже помним, как на общем собрании членов Ассоциации чиновники от торговли открыто говорили о том, что рыночной торговли скоро в стране не будет).

Начала работу в нашей стране гигантская французская сетевая Carrefour (выручка сети в 2008 году составила 97,6 млрд. евро, вторая в мире), Tesco — ритейлер № 1 в Великобритании и четвертый в мире. В ближайшее время ожидается приход в нашу страну и мирового лидера — американской компании Wal-Mart (Wal-Mart, *возглавляет рейтинг наиболее успешных мировых компаний на протяжении уже последних пяти лет*). По данным мирового рейтинга компаний

Fortune-500, самая крупная российская компания "Газпром" почти в 10 раз меньше корпорации Wal-Mart Stores.

«Вторая волна освоения новых торговых форматов достигает и нижних сегментов потребительского рынка. Достраивается формат «жестких» дискаунтеров. В отличие от «мягких» дискаунтеров, которые предлагают потребителю до 3 тыс. товарных позиций, товарный ассортимент «жестких» дискаунтеров не превышает 1,5 тыс. наименований. При этом товарные полки здесь чаще заменяются контейнерной выкладкой, а торговая наценка сводится к минимуму. Дискаунтеры должны **нанести последний серьезный удар по открытым рынкам в продовольственном секторе, превратив их в маргинальный сегмент розничной торговли.**»

Однако к этому времени восторженных клиентов супер- и гипермаркетов значительно поубавилось. Россиян не радует перспектива, есть генетически модифицированные мясопродукты, привезенные из-за семи морей, фрукты и овощи, выращенные за рубежом по ускоренным технологиям созревания и не имеющие ни вкуса, ни запаха.

Многие рынки проявили способность к адаптации в борьбе за покупателя. Они меняют свой внешний облик, строят новые арендные места, заботятся об уровне комфорта покупателя и продавца составляют долгосрочные планы реконструкции и развития, т.е. **демонстрируют изрядные адаптивные способности, в том числе и к организационной трансформации. Поэтому для их вытеснения механизмов экономической конкуренции оказывается недостаточно.**

И 26 декабря 2006 года федеральные власти принимают ФЗ №271 « О розничных рынках...»! Федеральный закон при своих незначительных положительных моментах:

- ввел скрытую форму лицензирования, предписывая, каждые пять лет получать разрешение на право осуществления деятельности рынка;

- под угрозой закрытия понуждает к смене формата и строительству капитальных зданий (суть - торговые центры). Это важнейший принципиальный расчет авторов закона. «Сильные и богатые» рынки смогут построить торговые центры, но в этом формате одиночки против гигантов сетевой торговли не конкуренты. Слабых и бедных закроют по закону или переведут в формат временных торговых форматов типа ярмарок. Потребители рынков и их денежные потоки перейдут к сетям. Отечественные поставщики и производители и в том числе сельхозпроизводители, если смогут, будут искать новые формы сбыта. В системе мировой сетевой торговли более чем, достаточно собственной продукции, и условия поставок товаров в супермаркеты пока не по силам большинству наших производителей из числа мелкого и даже среднего бизнеса;

- определил (минимальные), а точнее не реальные, сроки исполнения и поставил задачи, которые потребовали от рынков колоссальных финансовых вложений и организационных мероприятий. При этом рынки были лишены возможности зарабатывать деньги торговой закупочной деятельностью, не учитывалась главная особенность рынков *необходимость в безостановочной деятельности при строительстве или реконструкции*, отсутствие свободных площадей в большинстве городов страны;

- не учитывал прогнозы экономистов о приближающемся кризисе;

- потребовал полностью изменить экономику рыночной торговли как встречного торгового формата, сделав ее максимально инвестиционно не привлекательной;

- создал прецедент вмешательства государства в экономическое развитие субъектов предпринимательства. Части 3 и 4 Закона о рынках запрещают управляющим компаниям розничных рынков использовать для организации деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на рынках временные сооружения. Однако такое ограничение не отвечает требованиям ч. 3 ст. 55 Конституции РФ, поскольку не нарушаются ни основы конституционного строя, ни нравственность и здоровье, ни права и законные интересы других лиц, ни

оборонеспособность и безопасность государства. Ограничение прав и свобод в этом случае невозможно, а любые попытки их ограничить являются незаконными.

По достаточно осторожным расчетам членов Ассоциации рынков Ростовской области на капитализацию рыночных строений только ее членов необходимо было привлечь порядка 2,5 млрд. рублей.

Сравнить:

« ... Информация о развитии потребительского рынка Ростовской области за 9 месяцев 2012 года:

- Удельный вес рынков и ярмарки в розничном товарообороте:

Ростов на Дону-9,1%

Таганрог-19,0

Донецк-18,3

Азов- 12,3

Соответственно в целом удельный вес розничных рынков и ярмарок по области сократился до 10,9 %...» (Источник: dprro.ru).

- Стоимость строительства одного квадратного метра- 60 тыс. рублей (Единый строительный портал Северо-Запада. /ktostroy.ru 2011 год)

... И вот мнения с мест.

Среди основных проблем:

- наличие административных барьеров в организации и деятельности предприятий (ср. сроки согласований 5-8 лет, разрешение на деятельность рынка – на 5 лет);*
- дефицит финансовых ресурсов (ср. потребность в заемных средствах до 80%);*
- сложности в реализации права выкупа арендуемых земельных участков (ср. сроки до 2 лет);*

- проблемы подключения к инженерным коммуникациям; завышенная стоимость тарифов (вынуждены строить собственные подстанции)*

- постоянный рост местных и федеральных налогов*

- недостаток финансирования означает - отсутствие доступа к банковским кредитным услугам как для пополнения оборотных средств, так и для реализации начатых или намеченных инвестиционных проектов.*

- сформированное в 90-х и тиражируемое до сих пор, в том числе в СМИ общественное мнение о рыночном формате торговли как «нецивилизованном» и «криминальном» бизнесе.*

В СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА 2011 - 2015 ГОДЫ И ПЕРИОД ДО 2020 ГОДА говорится только о «...существенном увеличении доли сетевой торговли и крупных форматов...и значительном увеличении количества торговых площадей современных форматов в Российской Федерации». О розничной торговле других форматов и малом бизнесе в стратегии упоминается в виде декларативного призыва о поддержке один раз.

Авторы закона не учитывают социальных последствий, которыми сопровождается «торговая революция».

Торговая революция XX столетия, радикально изменившая образ жизни в развитых странах, может быть условно разделена на два этапа. Первый (с начала 1920-х годов и до конца 1960-х) в основном связывают с активным проникновением новых форматов, в первую очередь крупных универсальных магазинов, и формированием мощных сетевых и/или кооперативных структур в оптовой и розничной торговле. По сути, этот этап можно назвать подготовительным к решающему сражению за власть на рынке — создается материальная и технологическая база

для реализации новой парадигмы отношений между покупателями, торговлей и промышленностью. Второй этап, начавшийся в 1960-е годы в Америке, можно со всей определенностью назвать маркетинговым. Главным его результатом стало серьезное перераспределение влияния между торговцами и производителями. Производители попадают во все большую зависимость от оптового и розничного звеньев, которые обеспечивают доведение их продукции до потребителя, а малый бизнес в розничной торговле без государственного регулирования обречен на разорение. Процесс приобретает социальный и конфликтный характер.

Первый и наиболее острый конфликт возник между крупными торговыми предприятиями и малым бизнесом в Германии, где период первоначального расцвета крупных универсальных магазинов совпал с периодом жесткой внутренней политической борьбы, завершившейся приходом к власти национал-социалистов. Можно спорить о том, насколько весомую роль в победе нацистов на выборах сыграли их популистские требования о национализации крупных магазинов, однако сам факт включения этого требования под номером 16 в список из 25 пунктов, составлявших официальную политическую программу партии нацистов, явно свидетельствует о том, что этот вопрос был одним из наиболее острых в тогдашней экономической повестке дня.

Протестное «Антисетевое движение» в США возникло как реакция на взрывной рост сетей в 1920-е годы, когда число сетевых магазинов, по разным оценкам, выросло в три-пять раз, а доля сетей в обороте розничной торговли превысила 20%. Кампания в США опиралась на массовые движения мелких независимых торговцев, производителей и фермеров и помимо их экономических интересов апеллировала к фундаментальным ценностям американского общества — разрушению экономической основы местных сообществ как основы американской демократии.

Правительство абсолютно всех европейских стран в 60-70 г. 20 в. занималось адаптацией своего законодательства к новым условиям, с целью снять деструктивные социальные последствия торговой революции и предотвращая возникновение конфликтных ситуаций, защищая своего предпринимателя и сельхоз производителя. В США в рамках этих программ была проведена и профинансирована программа по возрождению розничных рынков, причем под напором требований населения.

Россия же попадает под «пресс» ритейла без какой-либо подготовки и защитных мер государства. Как выразился один китайский чиновник в беседе со своим российским коллегой: «вы пустили в страну сети, лучше бы вы пустили в страну танки...».

Эксперты прогнозируют, если ситуацию не изменить то за универсальными и специализированными городскими рынками последуют сельскохозяйственные (в 2015), уличная розница, (которую уже «добивают»), отечественные магазины шаговой доступности, а затем и отечественный сетевой ритейл, строящий свою политику главным образом на зарубежной продукции. Правительство Российской Федерации уверено ведет Россию к модели бывших друзей по соцлагерю, например бывшей Чехословакии, где уже практически полностью доминируют новые крупные торговые форматы (гипер- и супермаркеты, дискаунтеры и «кэш энд керри»). Достаточно сказать, что их доля в розничном товарообороте в Чехии превысила 70%, а в Словении — 90%. Открытые рынки полностью исчезли, доля небольших независимых магазинов в Чехии составляет лишь 22%, а в Словении и вовсе упала до 2%. Проблема продовольственной безопасности как мы видим там уже «решена». В Петербурге, по данным Комитета по информации и связи, доля рынков и ярмарок в обороте розничной торговли в прошлом году составляла 2% (retailmagazine.ru Журнал Практика торговли № 9, Сентябрь 2012).

На наш взгляд к российской действительности сегодня более подходит итальянский рецепт. Политика государственного регулирования торговли имеет здесь ярко выраженный антимонопольный характер. Торговые сети организованы по принципу товариществ и строят свою

экономическую политику, ориентируясь в первую очередь на привязку к конкретному региону. В итоге в Италии на душу населения приходится огромное количество торговых точек – на 10 тыс. жителей здесь 47 магазинов розничной торговли. Открытые уличные рынки и рыночки итальянских городов пользуются большой популярностью у итальянцев, привлекают толпы туристов, расположены они в традиционных местах движения горожан на площадях и центральных улицах, и даже у папского дворца в Ватикане можно увидеть зеленые полосатые палатки уличных торговцев точно такие же, как и в наших городах. Итальянские контролирующие органы, власть борются с нарушением правил торговли и налогового законодательства и даже с карманниками, но не с самими рынками как у нас!

Уважаемые коллеги! Вы меня спросите, зачем я так подробно остановился на аналитических материалах наших экономистов? Считаю необходимым поделиться с вами материалами, собранными Ассоциацией. Нам самим пришлось и еще придется разбираться в торговых процессах, чтобы в дальнейшем суметь защитить свои интересы и выстраивать свой бизнес на перспективу».



ВНИМАНИЕ!

Сообщаем Вам, что у дирекции Ассоциации рынков Ростовской области изменилось местоположение офиса. Почтовую корреспонденцию просим направлять по адресу: 344007, г. Ростов-на-Дону, пр. Буденновский, 12. Тел./факс 8(863)207-00-09. Офис расположен в здании 2-го вещевого павильона Центрального рынка г. Ростова-на-Дону (при входе в павильон со стороны ул. Станиславского, рядом с входом со стороны пр. Соборный).



Новые возможности – новые перспективы

Уважаемые коллеги!

1. На прошедшем форуме в северной столице Президент РФ заявил: «Уже до конца текущего года общественные организации, включая объединения предпринимателей, получат право подавать иски в интересах неограниченного круга лиц из своих членов, — заявил Владимир Путин. — По сути, наряду с институтом государственного омбудсмана возникает институт общественных омбудсменов в лице влиятельных, деловых объединений».

За не самой красивой формулировкой «интересы неограниченного круга лиц» скрыт новый инструмент для российской судебной системы. Впервые в новейшей истории он будет служить не чиновникам. «Теперь возможно подать иск против той или иной практики или оспорить решение чиновника, которое касается всех, и бремя доказательства будет лежать не на предпринимателе, а на бюрократе», — пояснили в окружении Бориса Титова.

2. 14 июня 2013 года в ходе проверки Центрального рынка г. Ростова – на – Дону директором Департамента государственного регулирования внутренней торговли Министерства промышленности и торговли РФ Денисом Климентьевичем Паком ему был задан вопрос:

- Как вы относитесь к открытому формату рыночной торговли и запрещающему его Федеральному закону № 271-ФЗ?

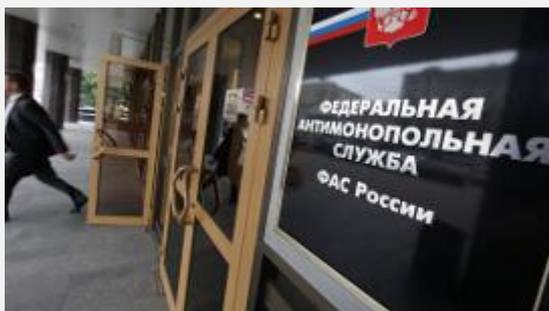
- Здесь ситуация такая. В настоящий момент мы общаемся с различными субъектами Российской Федерации и, практически все они, высказывают необходимость разработки поправок в этот закон. По этому поводу есть разные мнения. **В настоящий момент мы формируем рабочую группу по доработке № 271-ФЗ,**



где будем обсуждать необходимость внесения изменений в закон по вопросам капитальности сооружений. Кто-то хочет повысить уровень административной ответственности субъектов РФ, кто-то хочет расширить полномочия регионов по регулированию вопросов рынков. Это – наша повестка на ближайшие месяцы работы. Во время визита на рынок Пака Д.К. его сопровождали директор департамента потребительского рынка Ростовской области Андрей Николаевич Иванов и генеральный директор ЗАО «Центральный рынок» Юрий Иванович Муковоз. (Пресс служба Центрального рынка г. Ростов - на - Дону, http://trademarket.ru/news/sales_news/detail.php?ID=1262 - интервью).

Уважаемые коллеги!

Мы считаем, что эти события звенья одной цепи и поэтому решили немедленно вновь поднимать в Правительстве РФ вопрос о судьбе проектов по ст.24 ФЗ №271. 26 июня 2013 года Ассоциация рынков Ростовской области направила по почте письмо новому министру Минэкономразвития Улюкаеву А.В., который был ранее известен как противник необоснованного административного вмешательства государства в дела предпринимательского сообщества.



И с конкуренцией у нас всё хорошо?

В рейтинге, составленном швейцарской исследовательской группой IMD, Россия находится на 42-м месте из 60. В 2012 году страна заняла 48-е место среди 59 стран. Таким образом, за год Россия совершила рывок вперед, поднявшись на 6 строчек в списке конкурентоспособности. Страна улучшила свое положение в мировом рейтинге конкурентоспособности 2013, заняв позицию между Латвией и Перу. Рейтинг рассчитывается на основании 333 критериев, разделенных по четырем группам - экономические показатели, эффективность правительства, эффективность бизнеса и состояние инфраструктуры.

В результате обращения к депутату Хайруллину А.Н. по вопросу противоречий закона №271 «О розничных рынках...» действующему законодательству наши материалы были приобщены к его депутатскому запросу в Федеральную Антимонопольную Службу РФ и рассматривались там, в начале 2013 года. Недавно мы получили ответ. К сожалению, Антимонопольная служба России не усмотрела нарушений статьей 24 ФЗ №271 положений ФЗ «О конкуренции...». Не долго думая, Служба истребовала у Правительства РФ материалы по 271 закону. Правительство выслало свои отрицательные отзывы на проекты по внесению изменений в ст.24, которые до сих пор рассматриваются в Думе. Чиновники в лице заместителя руководителя ФАС А.Б Кашеварова добросовестно их переписали и в заключении сообщили:

«...сообщаем, что установленные указанной статьей требования для управляющих рынками компаний использовать исключительно капитальные здания, строения, сооружения не являются ограничением для органов местного самоуправления и субъектов Российской Федерации организовывать самостоятельно ярмарки, имеющие временный характер».

Как говорится: «Мы про Ерему, а нам про Фому».



Челобитная Путину не поможет малому бизнесу



Новости

На съезде ОНФ Владимир Путин дал Дмитрию Медведеву и его подчиненным возможность исправить ошибку, которая загнала в тень примерно 350 тыс. индивидуальных предпринимателей. А именно — велел решить, стоит ли снизить для них страховые взносы, выросшие с нового года

более чем в два раза. Массовый исход бизнесменов (ряд небольших населенных пунктов остался без торговых точек, а наемная сила — без работы), по собственному признанию президента, его «встревожил». Но правительство тревогу не разделило и даже думать на эту тему не стало.

Правительство, не воспользовавшись правом на двухнедельное раздумье, дало отрицательный отзыв на законопроект о предоставлении индивидуальным предпринимателям двухлетней отсрочки по уплате страховых взносов. Таким образом, кабмин спасает 50 млрд. бюджетных рублей, которые, по расчетам авторов отзыва, пришлось бы дополнительно выделить на эту поблажку.

Начнем с того, что 50 млрд. рублей все равно не заткнешь триллионную дыру в Пенсионном фонде, ради латания которой, в частности, и были повышены страховые платежи. Смахивает на попытку заткнуть канализационный люк пробкой. В итоге и люк не заткнули, и 350 тыс. представителей поддерживаемого (на словах) малого бизнеса туда смыли. С их наемной рабочей силой, которая остается либо без «белой» зарплаты (а значит, и без нормальных пенсий), или без работы. А заодно — и с жителями небольших населенных пунктов, которые остаются без торговых точек. То есть без тех, которые не успели еще добить запретом на продажу алкоголя.

По данным уполномоченного президента по защите прав предпринимателей Бориса Титова, например, во Владимирской области было 300 поселков без стационарных торговых точек, а стало 800. Это в столицах и крупных городах исчезновение ряда торговцев может пройти незамеченным, а в небольших городках и селах задерет цены.

По данным «Деловой России», половина закрывшихся предприятий работала в сфере услуг, треть — в торговле, семь процентов — в производстве. В их числе — фермеры, которых, кстати, велено поддерживать.

Есть и еще одно соображение — эти якобы «спасаемые» 50 млрд. рублей правительство недосчитается на налогах и взносах. По прогнозу главы «ОПОРЫ России» (организация малого бизнеса) Александра Бречалова, до конца 2013 года в России снимутся с регистрации еще около 600 тыс. индивидуальных предпринимателей из 4 млн. работающих в нашей стране. Эти люди уйдут в тень или вообще покинут бизнес. Очевидно, что, если исход продолжится, взносы в скором времени собирать будет вообще не с кого.

— Россия снова понесла из-за непродуманной реформы экономические потери, — считает Борис Титов. — Они, конечно, небольшие на фоне нефтегазовых доходов, но это судьбы сотен тысяч людей.

Материал: Татьяна Замахина, Московский Комсомолец № 26200 от 1 апреля 2013 г.

Обращение Всероссийской конференции «Особенности и направления развития торговли в условиях ВТО»



Новости регионов

Данное обращение принято участниками Всероссийской конференции «Особенности и направления развития торговли в условиях ВТО», состоявшейся 19-21 июня 2013 г. в г. Набережные Челны (Татарстан), организованной Союзом рынков Татарстана совместно с Союзом оптовых продовольственных рынков России при поддержке ЗАО "Холдинговая компания "Тулпар" и информационном партнерстве газеты "Бизнес Время".

В ходе конференции были заслушаны выступления генерального директора Союза оптовых продовольственных рынков России, доктора экономических наук Нуралиева С.У., президента Союза рынков РТ, кандидата экономических наук Сулейманова Н.Н., руководителя Исполкома г.Набережные Челны Латыпова Ф.Ф., первого заместителя министра экономического развития Карачаево-Черкесской Республики Мисрокова Х. А., начальника управления потребительского рынка и услуг Министерства экономического развития, промышленной политики и торговли Оренбургской области Прокофьевой Е.П., председателя правления оптового рынка «Элизовка», доктора экономических наук Ричарда Новака (Польша), директора "Маркетинг-сервис Бюро" Шайхутдинова Р.А. (г. Казань), депутата Госсовета РТ, заведующего кафедрой ВТО Университета управления «ТИСБИ» г. Казань, доктора экономических наук Бикмуллина А.Л., заместителя начальника департамента промышленности, инноваций и предпринимательства мэрии города Новосибирска Ваулина Е.В., президента Союза рынков Республики Башкортостан, директора ООО «Сигма» (г. Уфа) Сулейманова Р. Р., проректора по научной работе Набережночелнинского государственного торгово-технологического института, доктора социологических наук Дырина С. П., председателя Совета кооператива торговых сетей «Волжско-Камский», генерального директора ООО «ТД «Челны-хлеб», депутата Набережночелнинского горсовета Юнусова Э.Р., президента Ассоциации предприятий малого и среднего бизнеса РТ Халиуллина Х.Х., директора ТОО "Салирин-Д" Салимова Р.Т. (Казахстан).

Союз рынков Республики Татарстан представил участникам конференции подробное маркетинговое исследование торговой сферы страны и республики Татарстан, а также дал четкую картину изменений, происходящих в области оптовых и розничных рынков в условиях вступления России в ВТО.

В докладах были рассмотрены следующие основные проблемы:

- цели государственной политики в торговом секторе экономики и потребительском рынке России;

- изменения в сфере рыночной торговли в связи с вступлением в ВТО;
- перспективы и готовность торговли к условиям ВТО;
- перспектива консолидации усилий и повышения роли рыночного бизнеса в развитии отрасли;
- дана оценка современным формам частно-государственного партнерства в сфере развития товаропроводящей инфраструктуры в РФ и РТ.

В конференции приняли участие 135 человек, представляющих 17 регионов России, Польшу и Казахстан.

Как отмечено участниками Конференции в Российской Федерации наблюдается сокращение количества рынков, уменьшение их доли в товарообороте с целым набором негативных последствий для населения, бизнеса, местного бюджета. Бизнес несет потери, он оказался недостаточно подготовленным к конкуренции.

Необходимо воспользоваться открывшимися перспективами и попытаться убедить правительство России на примере участников ВТО, что без развития традиционных рынков мы не сможем быть полноправными участниками Всемирной Торговой Организации.

Российская Федерация испытывает дефицит кадров в сферах деятельности ВТО. Данный факт предполагает необходимость открытия специальных образовательных центров, кафедр в ведущих ВУЗах РФ по примеру Университета управления "ТИСБИ" (Татарстан).

Нужно развивать современные организованные формы оптовой и розничной торговли, интегрироваться в мировое бизнес-сообщество. Но разобщенность рыночного бизнеса не позволяет сформулировать и отстаивать общие интересы, разрабатывать целевые программы и стратегии развития. В таких условиях, с учетом вступления России в ВТО, этот бизнес поставлен в уязвимое положение и рискует понести еще большие потери.

В итоге обсуждений участники конференции приняли следующие решения:

1. Просить Правительство РФ внести изменения в ст. 24 Федерального закона № 271-ФЗ и включить вопросы развития оптовых и розничных рынков в Программы социально-экономического развития страны на перспективу.
2. Рассмотреть ситуацию, связанную с развитием оптовых и розничных рынков Татарстана, на заседании Координационного Совета при Правительстве РТ и на заседании Совета муниципальных образований РТ.
3. При Министерстве экономики РТ создать рабочую группу по вопросам развития малого и среднего бизнеса в сфере торговли.
4. Органам исполнительной власти муниципальных образований РТ:
 - учитывать перспективы развития рынков в Программах социально-экономического развития на 2014-2018 гг.;
 - оказывать всемерное содействие представителям малого и среднего бизнеса в создании и развитии продовольственных рынков.
5. Союзу рынков РТ совместно с заинтересованными ведомствами и организациями необходимо провести исследование «Роль оптовых и розничных рынков в развитии микроэкономики Татарстана».

6. Вопрос будущего рынков нужно выносить на обсуждение в федеральных структурах, как властных, так и общественных.

7. Участниками конференции рекомендовано осуществлять совместные проекты с высшими учебными заведениями, научно-исследовательским организациям и предприятиям в направлении научно-технического и инновационного характера по договорам с органами государственной власти и бизнеса.

8. Проводить конференции подобного рода ежегодно и на регулярной основе, превратив их в открытую площадку для обсуждения насущных проблем совершенствования торговой сферы экономики субъектов Российской Федерации в условиях деятельности ВТО на примере Республики Татарстан.

9. Принять предложение председателя правления оптового рынка «Элизовка», доктора экономических наук Ричарда Новака (Польша) об организации совместных мероприятий по обмену опытом с учетом близости параметров на стартовом этапе пребывания в ВТО Польши и Татарстана.

10. Поддержать обращение общественной организации "Профсоюз предпринимателей малого и среднего бизнеса "Новая Тура" о возмещении ущерба предпринимателям, пострадавшим в результате пожара со стороны виновников и предоставлении им торговых мест во втором строящемся павильоне.

Настоящее обращение направляется для рассмотрения в Кабинет Министров Республики Татарстан для принятия мер, способствующих повышению конкурентоспособности экономики субъектов РФ.

Участники конференции отмечают высокий уровень ее организации и проведения и выражают благодарность Президенту Республики Татарстан Минниханову Рустаму Нургалиевичу, Премьер-министру Республики Татарстан Халикову Ильдару Шафкатовичу, президенту Союза рынков РТ, руководителю ЗАО "Холдинговая компания "Тулпар" Сулейманову Н.Н., главе муниципального образования (г. Набережные Челны) Шайхразиеву Василию Гаязовичу, главе Елабужского муниципального района Емельянову Геннадию Егоровичу за предоставленную возможность обсудить на примере Республики Татарстан современное состояние дел в торговой сфере.



РЫНОЧНЫЙ ЛИКБЕЗ ПОКУПАТЕЛЯМ

Общественное мнение

Нужно ли торговаться на рынке?

- Если за вами не стоит очередь претендентов, то вполне можно попытаться... Получится или нет, это другой вопрос, но чувство выполненного ритуала, душу согреет.
- Это не про меня, я вообще не торгуюсь!!!
- Торгуюсь всегда - это же рынок. Но продавцы сейчас редко уступают.
- Всегда торгуюсь. Лично я не могу много сбить - максимум 5%, а вот у жены - талант в этом плане.

Умение торговаться это совсем не талант, а традиция, в основе которой знание психологии человека, своеобразная игра, пришедшая к нам с востока.

Всем известно, что крупнейшие рынки мира находятся на ближнем востоке, в юго-восточной Азии и в Китае. Говорят: «Если ты сторговался с китайцем, то ты сторгуешься с кем угодно».

- Я всегда торгуюсь. От цены, которую предлагают китайцы можно смело вычитать 50%. К торговле у меня азарт. Китайцы со мной чуть не плачут, есть у них такая черта, когда он злится, психует, но продать хочет, и вот тогда я понимаю, что взял за минимальную цену. Если китаец не уступает, то главное не уходить быстро, можно только сделать вид, что уходишь, тогда они сами начинают скидывать цену, так я

знаю минимальную, теперь можно заходить в другой отдел и начинать торговлю с уже известной цифры. Ругать товар конечно же не следует, надо наоборот хвалить и показывать свою заинтересованность, надо потянуть время, чтобы продавец "созрел", можно пошутить - я иногда предлагаю продать мне вещь, прибавляя процентов 50-70 к их, без того завышенной, цене, он стоит, тупит, глазами хлопает, потом посмеётся.

- Если вас принесло на китайский рынок, и вы хотите купить вещь, в стоимости которой не уверены, во-первых, не проявляя явной заинтересованности, спросите о ее цене. Далее, когда вам скажут «Сто тысяч пятьсот миллионов!», сделайте страшные глаза, открыто намекающие на то, что продавец психически не здоров. Поделите цену на десять и назовите полу-

чившуюся цифру. Тут уже очередь для «страшных глаз» продавца. А дальше начинается театральное представление в движении к среднему, устраивающему обоих. Тут уже все зависит от количества времени, которое вы собираетесь потратить, уровня вашего актерского мастерства и экспрессивности речи. Последний решающий фактор – деньги, которые вы достанете, и покажете «живьем» продавцу. Попробуйте. На китайских торговцев настоящие купюры, которые почти у них в руках действительно действуют завораживающе. Зачастую они тут же соглашаются на вашу, предварительно «разогретую» сумму.

От редакции. «Здесь рынок, и мне покупатель становится не интересен, если он не торгуется!». Из фольклора продавцов.



Куда уходят рынки?!

Общественное мнение

В 2006 году был принят федеральный закон "О розничных рынках", который, по сути, ликвидировал само понятие "рынок" в традиционном его понимании - как места, где граждане свободно продают и покупают товары и продукты. Согласно этому закону все рынки должны стать капитальными сооружениями - то есть никаких навесов, палаток и прочего быть на них не должно.

А, напомним, речь идет о том, чтобы бабушка ("бабушка", понятно, условная, поскольку речь идет не только о пенсионерах-огородниках, но и о сборщиках дикоросов) в короткий сезон урожая пришла на рынок и продала петрушку, редиску, морковку. Ну, месяц, ну, два. Все остальное время это капитальное сооружение должно пустовать? Такого не бывает. Дорогая земля должна давать постоянную отдачу. И потому места бабушек заняли те, кто может торговать круглогодично. Ну, а бабушки пошли на улицы. Причем, не только в больших городах, но и в райцентрах, и в селах, что, совсем уже глупо. Но закон не делает разграничения между городом - миллионником и деревней на 100

человек, если где-то есть рынок, то он должен находиться в "капитальном сооружении".

Осознав эту глупость, чиновники, вместо того, чтобы биться за отмену сотворившего ее закона, начали играть терминами. Например, называть сельхозрынки сельхозярмарками. Но это уже так, от лукавого, поскольку всем понятно, что ярмарка мероприятие разовое, а рынок должен работать как минимум все лето и осень...

И вот уже озвучиваются идеи власти о создании новых сельхозрынков, о создании хороших логистических центров поставок.

И спрошу - для кого это? Крупные сельхозпроизводители уже давно имеют



собственные сбытовые сети, фермеры тоже. Логистический же центр поставок для бабушек, звучит уж как-то

слишком круто... Да и с чего бы это вдруг они должны рвануть в этот логистический центр, где-то на окраине города? И сейчас на всех универсальных рынках для них выделены торговые места, причем, для инвалидов и пенсионеров они бесплатны, но большинство из этих мест пустует. Бабушкам (если они, конечно, не торгуют на полупрофессиональной основе) не нужно целый день сидеть за прилавком, им нужно быстро продать свой товар, а для этого больше всего подходят так называемые "проходные места", откуда их стараются всячески выгнать - и выгоняют "...за торговлю в неустановленных местах специалисты департамента (потребительского рынка городов и сел).

Может быть, просто стоит определить в "проходных местах" несколько участков, ведь определяют такие для торговли свежей рыбой, и переместить бабушек туда, запретив при этом торговлю чем-либо иным, кроме как продукцией местного производства (одеждой, заморским фрук-

тами)? И пусть себе продают свою редиску?

Впрочем, нет, не получится. Вся продукция животноводства и растениеводства, которая поступает на рынок, а также на сельхозярмарки от КФХ, частных подворий и дачников, должна ежедневно подвергаться ветсанназору. Продажа продукции без документов, подтверждающих ее качество (а такое обследование продукция должна проходить перед продажей ежедневно), запрещена федеральным законодательством".

Как говорится, ради нашего блага. Правда, непо-

нятно, почему ветеринары озаботились продукцией растениеводства, ведь, даже не смотря на "Фукусиму", наши огурцы бегать еще не начали, но дело не в этом. Для полноценной лаборатории требуется несколько помещений (до шести комнат) с отдельными входами и выходами, среди них душевая, плюс немалый перечень оборудования и реактивов, плюс штатное расписание ветврачей или договоры на ветврачебное обслуживание. Для организации даже не пяти, а одного торгового места "с цыплятами" это будет обязатель-

ным условием. Можно представить себе, сколько будут стоить эти цыплята.

Такая вот у нас странная ситуация. Какие бы сельхозрынки мы ни пытались строить в нынешнем законодательном поле, все равно вырастут очередные оптово-торговые центры и ничего более. А люди встанут на обочины дорог. И будут названы нарушителями закона.

*С. Морозов
Sakhalin.info*



Грустный фоторепортаж



Росстат сообщает: Почти тысяча рынков в РФ была закрыта или преобразована в 2012 году (02.03.2013 Прайм)



А рынках слабо?



Лидеры российского ритейла соединили магазин и Интернет.

Проект «e5.ru» от X5 Retail Group — одна из крупнейших в России розничных сетей по объемам продаж, управляющая такими популярными среди населения сетями, как «Карусель», «Пятерочка» и «Перекресток». «E5.RU» реализует ассортиментную стратегию «long tail», т.е. наибольший акцент делается на продаже не ограниченного количества бестселлеров, а огромного ассортимента, пусть даже продажи каждого отдельного товара невелики.

Пример на сегодняшний день уникальный, дающий нам право остановиться на нем более подробно.

В декабре 2011 года X5 Retail Group объявила о создании проекта «e5.ru» и уже в феврале 2012 начала активные продажи товаров через стол заказов «e5.ru». Причем «e5» не торгует продуктами питания, как могло сначала показаться. В каталоге проекта сегодня более 400 000 НЕпродовольственных товаров. Тогда в чем отличие проекта «e5.ru» от традиционных интернет-магазинов? В интервью одному из интернет-изданий генеральный директор e5.ru Кирилл Гродинский сказал следующее:

— Главных отличий два: предельно простая процедура оформления заказа и возможность доставки заказа непосредственно в торговый зал магазинов «Перекресток» и «Пятерочка». Эти отличия обусловлены главной задачей, которую мы решаем, создавая «e5». Мы хотим сделать интернет-торговлю понятной и доступной всем. Сегодня в России более 50 млн. пользователей Интернетом, но лишь немногим более 15% из них хоть раз что-то купили в Интернете. Почему?

1) Общее недоверие к дистанционной торговле; боязнь, что привезут что-то не то, и потом будет или вообще невозможно или крайне сложно это обменять или вернуть деньги.

2) Неудобная доставка: для получения заказа надо либо быть привязанным к какому-то месту в течение нескольких часов, ожидая курьера, либо отправляться в неблизкое путешествие в пункт выдачи заказов, который, как правило, работает в то время, что и сам покупатель.

3) Сложная процедура заказа; много обязательной к заполнению персональной информации.

«E5.RU» ломает эти стереотипы.

Во-первых, процедура оформления заказа в «E5.RU» RU, наверное, самая простая на рынке. У клиента мы спрашиваем только номер мобильного телефона, даже имя клиента не является обязательным для заполнения полем. Во-вторых, забрать заказ можно, не совершая никаких дополнительных действий по привычному для клиента распорядку дня. Люди все равно придут в «Пятерочку» или «Перекресток» за хлебом и молоком и попутно заберут заказ «e5.ru», оплатив его вместе с продуктами на кассе магазина. И главное, как часть крупнейшей

российской розничной сети X5 Retail Group, чьи магазины можно встретить буквально на каждом шагу, мы вызываем у клиента большее доверие, чем просто интернет-магазин. Товар покупается в магазине, в который ты заходишь несколько раз в неделю. Товар можно посмотреть и проверить перед покупкой. Магазин, где ты забирал свой заказ, не исчезнет, если с заказом вдруг что-нибудь будет не так...

Сейчас у нас 407 000 товаров, это только начало большого пути. В перспективе мы хотим торговать всем, что физически может быть получено в наших магазинах. Также мы планируем резко повысить скорость доставки, доведя ее до 24 часов для 95% заказов.

Что ж, хорошие новости. Действительно, учитывая, что в Москве и области очень много «Пятерочек» или «Перекрестков», такая форма конвергенции «онлайн» и «оффлайн» - торговли может оправдать самые смелые ожидания.

*материал: Сергей Потанов
Московский Комсомолец № 25978*

Цитата номера:

Роман Карцев «... люблю пройтись по базарчикам».



Роман Карцев: ...Приехали мы сегодня, сейчас поедem, отдохнем, потом концерт. А завтра утром на базарчик. Рыбочка и все такое. И домой. Всё - я ничего в Ростове завтра не увижу кроме рынка.

Корреспондент: Говорят, что в Одессе и Ростове вы можете просто бесплатно отовариваться на базаре...

Роман Карцев: Нет, ну не отовариваться... Просто из любви к искусству продавцы, которые меня никогда не видели живьем, а так иногда по телевизору, но слышали и знают, - они могут что-то презентовать или цену скинуть... Бывает, что-то сунут в сумку, скажут: «Чтоб ты был здоров!».

Источник: «Российская газета» №3946



Член Президиума Ассоциации рынков Ростовской области Шапошников Э.М.

Лицо выпуска

Шапошников Эдуард Модестович Председатель Общественного совета при ГУ МВД России по Ростовской области, Председатель Президиума коллегии адвокатов Ростовской области, Член Президиума Ассоциации рынков Ростовской области, Заслуженный юрист Российской Федерации, Почётный адвокат России, кандидат юридических наук.

«...Я родился и всю свою жизнь прожил в Ростове-на-Дону. Здесь настоящую школу жизни прошел. Суровую школу. Все было – предательство, подлость, но и дружба была, и люди настоящие, выдающиеся люди в моей судьбе свою роль сыграли. Я, прожив 60 лет, удивляюсь, как мне все это удалось? Получить, например, почетное звание «Заслуженный юрист Российской Федерации» от Владимира Путина. Я – единственный адвокат в Ростовской области, которому Путин

присвоил заслуженного юриста. Адвокатов же за людей не считают! Они ж не нравятся власти!

До восьмого класса включительно я проучился в 46-й школе-интернате. Интересное было время – 1960-е годы. Интернат размещался на Гвардейской площади (там сейчас прокуратура ЮФО и Институт повышения квалификации). Два шикарных корпуса. Старый корпус был спальным, а новый – учебный, с прекрасным спортзалом. И кормили хорошо... Директором школы была заслуженный учитель России Надежда Алексеевна Гусева. У нас все было: в интернате я научился и фото- и киноделу, и танцевать, и паркет драить. И на море ездили. Мы не были брошенными. Мы росли «безотцовщиной», но знали, что завтрашний день будет, и он будет ясный и светлый. А сейчас? У нас в стране миллионная армия

бездомных детей! Их больше, чем после гражданской войны. И все молчат о том, что мы растим страшное поколение.

Отношения с товарищами у меня были своеобразными. Ведь суворовские училища, интернаты, детдома – это закрытая система с железной дисциплиной. Там прививалось «не укради», «не предай». В принципе не было такого, чтобы старшие обижали младших. Были, конечно, переростки, второгодники. Но и на них находилась управа. Чувство дружбы и уважения мы берегли, потому что все были в какой-то степени несчастны. Все выросли без материнской ласки. Но это была школа мужества, школа жизни.

Вот только в детдоме в воскресенье нельзя уйти, а в интернате – можно, если у тебя есть бабушка. У меня бабушка была, она была мне

и мама, и папа. Но у бабушки пенсия составляла лишь 35 рублей. Я очень хорошо помню суп из вермишели и разбитого яйца.

А рядом жила довольно состоятельная семья: дядя Миша – скорняк, все – работяги, золотые люди! А мы с бабушкой в сарае жили: три стенки, четвертая – тряпкой завешена. Я, будучи маленьким, замерзал. И соседи меня к себе забрали, у них по тем временам ковер – от потолка до пола, тахта. Икра черная, красная на столе... А на следующий день пришла бабушка, стоит у входа, в руках кулек держит. Тетя Лида говорит: «С чем это ты?» А бабушка: «Эдик же у вас живет,

я вот макароны принесла». Они потом сидели, плакали на кухне.

В ряды Советской Армии меня призвали в 1971-м году. В мае был призван, а 27 июня меня, рядового, назначили командиром отделения. Армию закончил уже младшим лейтенантом, кандидатом в члены КПСС. Вернулся, пошел на завод, а потом через год, по направлению партии, ушел работать в «органы». В 1982 году окончил Ростовский филиал Академии МВД СССР. Несколько лет проработал в правоохранительных органах, а также юристом на различных народно-хозяйственных предприятиях. Когда стал ад-

вокатом, первые два–три года было тяжело, вплоть до того, что штанами торговал. Ездили во Львов, покупали джинсы у поляков и здесь на улице Сиверса продавали. А потом дело пошло, потихонечку пошло. У меня в месяц было до 44 уголовных дел в производстве! Вот так – все это только труд, сумасшедший труд, день и ночь. Это сейчас – пошел, экзамены сдал, деньги заплатил и ты – адвокат, а тогда – извините: даже чтобы попасть в резерв, надо было согласовывать свою кандидатуру с обкомом партии, с юстицией. На всю Ростовскую область было лишь 300 человек адвокатов».

адрес: Литвинова, 4 оф.114 г. Ростов-на-Дону, Ростовская область, Россия

телефон: 8(863) 236-53-20

факс: (863) 244-45-97

e-mail: advokat-2007@mail.ru



Защитники потребителей против супермаркетов

Зарубежный опыт

Департамент по защите прав потребителей (Department of Consumer Affairs – DCA) намерен провести внеплановую проверку супермаркетов Нью-Йорка. Причина – участившееся количество жалоб от покупателей, страдающих от запутанной маркетинговой политики больших магазинов.

Интересно, что с последней проверки DCA нью-йоркских супермаркетов прошло всего 4 месяца. Тогда магазины были оштрафованы на \$380 тысяч.

«Инспекция выявила огромное количество нарушений, - сказал комиссар DCA Джонатан Минц. – Мне очень бы хотелось сказать, что в нашем городе всего несколько плохих супермаркетов. К сожалению, нарушения касаются всей торговой отрасли».

Самым распространенным нарушением является завышение цен. Причём супермаркеты всё чаще используют один хитроумный приём: они выкладывают на полки товары без цены.

Как следствие, покупатель прикидывает в уме примерную цену товара, а потом и вовсе забывает о нём, когда кассир отбивает длинный товарный чек с большим количеством наименований.

Также супермаркеты очень часто облагают налогом товары, налог на которые не распространяется. Эта практика распространена практически во всех магазинах. К сожалению, далеко не все покупатели знают о налоговых и безналоговых товарах.

Ещё один способ мошенничества – несоответствие визуального ценника и

штрих-кода. Например, люди покупают сыр стоимостью \$6.99 за фунд, а во время расчёта на кассе его цена возрастает на несколько центов (долларов).

Чаще всего жители Нью-Йорка обманываются в супермаркетах Бронкса. Реже всего – в супермаркетах Манхэттена. Ситуация в Квинсе, Бруклине и Стейтен-Айленде примерно одинаковая.

Руководители DCA намерены добиваться ужесточения наказаний для владельцев нью-йоркских супермаркетов. К сожалению, в настоящее время магазинам куда выгоднее сначала обманывать клиентов, а потом оплачивать штраф. При любом раскладе они находятся в выигрыше.

Максим Бондарь



Рынок Мюнхена как символ респектабельности и здоровья нации

Зарубежный опыт

Являясь визитной карточкой Мюнхена, продуктовый рынок Виктуалиенмаркт находится в самом центре города, между Мариенплатц и собором Св. Петра, его просто невозможно пройти мимо, если вы гуляете по центру. Он занимает площадь в 22 000 кв. метра.

В центре торговой площади возвышается украшенная мачта - рукотворное «Майское дерево», вокруг которого и расположены торговые прилавки.

Когда-то давно на рынке торговали зерном и солью, в наши дни — продукцией баварских фермеров, изысканными французскими винами, всякой экзотикой, привезенной со всех концов мира. Очень уютное место с множеством расположенных под открытым небом киосков, палаток, шатров, предлагающих самые разные продукты, разумеется — первой свежести!

Виктуалиенмаркт является не только визитной карточкой Мюнхена, но и своеобразным символом респектабельности и здоровья нации.

То обстоятельство, что Виктуалиенмаркт создан не столько для туристов, сколько непосредственно для местных жителей, придает рынку своеобразный шарм. Любой приезжий может почувствовать себя настоящим мюнхенцем, окунаясь в бытовой повседневный ритм города, осуществляя обыкновенные необходимые закупки съестных припасов на продуктовом базаре.



На рынке Виктуалиенмаркт цены значительно выше, чем на других торговых точках города, а тем более, на его окраинах. Но, тем не менее, именно сюда съезжаются за продуктами жители города. Потому что, будь то продукция исключительно собственного производства с домашних ферм или привозные съедобные изыски и диковинки - все они будут самой первой свежести, отменного качества и высочайшей пробы, что вызывает неподдельный интерес и заслуженное восхищение гостей Мюнхена и самих местных жителей, по праву гордящихся своим главным продовольственным рынком города Виктуалиенмаркт.

Изумление от многообразия товара усиливается буйством красок, смешением звуков и запахов. Здешняя жизнь определяется правилами, которые сформировались еще в старину и, пройдя испытание временем, закрепились навсегда. Новичку трудно привыкнуть к тому, что

Изумление от многообразия товара усиливается буйством красок, смешением звуков и запахов. Здешняя жизнь определяется правилами, которые сформировались еще в старину и, пройдя испытание временем, закрепились навсегда. Новичку трудно привыкнуть к тому, что

местные торговки, любезные с "добрыми" покупателями, способны употребить грубое баварское словцо при общении с "трудным" клиентом.

Завсегдатаи пивных вблизи так называемого майского дерева наблюдают подобные сцены с невозмутимым, воистину баварским спокойствием, не только не вмешиваясь, но и поощряя тех, кто устраивает такие замечательные представления. Здесь живы семейные традиции по владению торговыми местами уже несколькими поколениями.

На рынке Мариенплац существует давняя традиция устраивать ежегодные праздничные народные гуляния, такие как колыбель видного деятеля, Matjestag, день пивовара, день садовника, открытие сезона спаржи, летний праздник, танец рыночных торговок и многое другое.



Танец рыночных торговок - это, своего рода большой карнавал, и к нему все без исключения торговцы Виктуалиенмаркт начинают готовиться задолго до назначенного вторника. Для подготовки к этому праздничному мероприятию нанимают учителя танцев, шьют шикарные традиционные костюмы, разучивают репертуар. В день проведения карнавала на рыночной площади и других местах гуляний собирается до 5000 зрителей. При этом съедается огромное количество фирменных сосисок, и выпивается не один десяток бочек баварского пива. А после окончания праздника уборщики рынка вывозят свыше 5 тонн мусора.



В честь лучших рыночных торговок на рынке даже установили несколько памятников, венчающих фонтаны с бирюзовой водой альпийских ледников. Всего на рыночной площади расположено 6 таких фонтанов со скульптурными фигурами народных артистов.

Рынок Виктуалиенмаркт ежегодно пополняется новыми торговцами - порядок оформления документов, а также аренда рыночного домика, ларька или торгового места упрощены до минимума. При этом главное внимание обращается на опыт торговца, и предлагаемый им ассортимент продукции.



Подготовлено по материалам зарубежных сайтов:

www.viktualienmarkt-muenchen

www.bayern-im-web.de

www.tripadvisor.com



Знакомство с Венским рынком «Нашмаркт»

Зарубежный опыт

Один из районов Вены, который условно можно назвать «ОПЕРА-НАШМАРКТ» — район разительных контрастов! Именно здесь прекрасно уживаются величественная



Венская опера, роскошные магазины на Опернринг, многолюдная торговая улица Мариахильфер-штрассе.

Параллельно улице Мариахильфер тянется улица Линке Вайцле, от Рингштрассе до городских окраин, точно следуя за извивающейся, а

А вот так выглядит торговля возле станции метро, рядом с рынком, что называется — «без купюр».

иногда спрятанной под землю рекой Вена.

Между этими двумя бойкими улицами расположился шумный рынок Нашмаркт.

Знатоки называют его «животом города», он существует с 18 столетия и является крупнейшим городским рынком Вены.

Нашмаркт приглашает с понедельника по субботу за покупками, удивлениями, открытиями и наслаждением. На Нашмаркте можно купить всё, что требуется на кухне: овощи и фрукты, рыбу и мясо, хлеб и сыр. Здесь так же имеются такие деликатесы, как персидская икра, суши, устрицы и грандиозный выбор международ-

ных товаров, прежде всего из стран бывшей Югославии, Греции, Турции, Японии и Китая.

Кто проголодается от таких вкусных предложений, может сразу же покушать на Нашмаркте в одном из многих ресторанов. Но интереснее всего здесь по субботам, когда на площадь за Нашмаркт стягиваются окрестные барахольщики.





Блеск и нищета супермаркета

Покупателям!

Промыслом Божиим мне пришлось оказаться в самой гуще событий, **когда в регионах только стали зарождаться супермаркеты. Пока только одиночные - тогда мало кто представлял, что они превратятся в фантастически громадные сети и полностью монополизируют нашу жизнь, уничтожат вокруг себя все рынки, мелкие магазинчики, подчинят себе поставщиков и будут определять, что производить, а что нет.** А тогда новая система свободной торговли без прилавков казалась верхом научно-технического прогресса пришедшая к нам с «продвинутого Запада», верхом удобства, дыханием «свободы» и просто модой. Она вселяла в предпринимателей большие надежды. Так и я в конце 90х, тогда еще «зеленый бизнесмен» (примерно 6-7 лет самостоятельного бизнеса), озадаченный развитием своего дела, сделал ставку на супермаркет, т.к. в нашем региональном центре был только один магазин подобного типа (при том в нем была, по моему мнению, масса недостатков), и строился второй. А мне предстояло стать третьим супермаркетом нашего города, расположившимся в самом центре города.

Моя в жизни беда, что все делаю обстоятельно. Поэтому я отправляюсь в США набираться опыта. Работал в продуктовых сетях Kroger (кажется, 2500 магазинов в США) и несколько дней мне дали ознакомиться с работой легендарного WalMart, основатель которого миллионер Сэм Уолтон был тогда для меня путеводной звездой. Там мой учитель – директор одного Kroger (общей торговой площадью 70 000 м²) говорил мне, что туалетная бумага и хлеб должны быть в конце магазина. Т.е. забежал за хлебушком и пропал, пока пройдешь все эти тысячи метров.

Ну, так вот, вернувшись на Родину, я попытался максимально воплотить увиденное: двери на фотоэлементах, итальянское холодильное оборудование, прекрасная униформа персонала, товарная выкладка, система видеонаблюдения, дисконтные карты. Кстати, очень забавно было, зная имена своих клиентов, отслеживать через компьютер все их покупки по дисконтным картам.

И те несколько лет, пока меня не выкинули с этого рынка (а может, Господь своею милостью убрал с путей глобализации и кодификации), дали мне увидеть то, что с всеобщей эйфорией не замечается, не говорится или принято умалчивать.

Во-первых, не совсем это и выгодный бизнес. Это чудовищно затратный бизнес. Начиная с электроэнергии (громадные световые фасадные вывески – это очень большие деньги), системы кондиционирования и главный порок – открытые холодильные прилавки. Это просто преступное разбазаривание народной электроэнергии. Я тогда увлекался экологическим проек-

тированием, и ко мне приезжали гости из Москвы – ученые – специалисты по энергосбережению. Они были просто в шоке от увиденного. Открытый прилавок – это энергия на ветер. Ну ладно, допустим, летом можно использовать холод витрин в дополнении к кондиционерам, а зимой-то требуется дополнительно подогревать помещение! Дальше идут затраты на упаковочную продукцию: подложки, термопленка, одноразовые пакеты, термоэтикетки, и пр. Раздутые штаты работников. В том числе и из-за «идиотских» стандартов графика работы магазина (24 часа и менее). В моем, небольшом, по сегодняшним меркам, магазине работало под 80 человек. Не трудно представить, как возрастают затраты, что далеко не соответствует росту эффективности.

Есть еще косвенные затраты. При громадном ассортименте в рамках одного продукта возникает эффект снижения оборачиваемости каждого из видов продукта. Покупатели в восторге от ассортимента, но продукт залеживается на прилавках и возникает порча. С этой бедой борются, либо, переклеивая этикетки с новыми сроками (чистый обман), либо выставляя продукт вперед к покупателю с поздними сроками, припрятывая вглубь холодильного прилавка свежий товар. Поэтому даже в самом элитном супермаркете, никогда не берите первое попавшееся, а терпеливо залезьте вглубь прилавка. Отсюда возникают новые требования к производителям продуктов питания об увеличении сроков годности и обеспечения товарного вида.

И пищевая индустрия в этом вопросе преуспела. Все уже сейчас слышали и о молоке, которое не киснет, и о рыбе, поливаемой специальными химикатами, чтобы она дольше лежала. Очень долго можно говорить на тему смертоносности современной пищевой индустрии (об этом сняты бесконечные телевизионные передачи и т.п.), но это не является темой данной статьи. Я только хотел обратить ваше внимание, на то, что именно



супермаркеты виноваты в формировании рынка подобной продукции. Они заказчики, т.к. их система просто не позволяет работать по-другому. Но так что же, если все-таки не «впарили» доверчивым покупателям просрочку, что дальше? Вот тогда списание. И поверьте мне, размеры этих списаний огромны. Одна из региональных точек такого крупного розничного оператора как «МЕТРО» буквально завалила местный зоопарк испорченным мясом. Людям нельзя давать возможность выбирать товар по срокам и по качеству, тогда будут возникать большие накопления неликвидов. А вот при старой системе торговли с прилавка простая продавщица легко бы справилась с такой ситуацией, грамотно распределяя товар между покупателями. Кстати, ей можно и вопрос задать, получить консультацию. А попробуй найти продавца, чтобы спросить, в сетях типа «Магнит» или «Пятёрочка». И из-за списаний опять падает рентабельность супермаркетов. При нормальном здоровом ведении народного хозяйства необходимо однозначное снижение ассортимента. Мы как говорится, из одной крайности, когда в застойные годы были пустые прилавки, ударились в другую крайность – в переизбыток. Добавлю, что поддержание ассортимента также требует капитализации больших средств.

Следующая составляющая высокой себестоимости в супермаркетах, вытекающая из требований к товарному виду – это упаковка. К сожалению, на данное время у меня нет точной информации, но на заре появления упаковки Tetra-Pack соотношение упаковки к цене сока до-

ходило до 1:1. Конечно, массовость производства на сегодня снизила затраты на упаковку, но, я думаю, процент все равно высок в общей доле товарооборота.

Теперь о недостатках. При современном состоянии общества понятно, что воруют все: и покупатели, и коллектив. В камеры что-то можно увидеть, но это мизер. И как было сказано выше (по примеру в США), видеонаблюдение носит бутафорный характер (по крайней мере, на 95%). Воруют в основном либо на фасовке (что очень тяжело отследить и никак не отражается на данных инвентаризации), либо кассиры (деньги взял, а чек не пробил). Ну и самое страшное, когда ворует сама служба безопасности. В каждом супермаркете есть процент на воровство, который закладывается в себестоимость товара, т.е. ложится на плечи честного покупателя. Все, что выше этого процента - должен платить коллектив. А рядовые продавцы имеют минимальную возможность что-то прикарманить в отличие от уже перечисленных выше групп, но являются равнозначными участниками в договоре о материальной ответственности. Что в принципе является социальной несправедливостью.

При такой накладности бизнеса забудьте о прибыли, если у вас один магазин. Более менее доходность повышается в сетевом формате и при увеличении размеров до мега-формата. Но и здесь есть у меня серьезные сомнения, т.к. даже при меньшей ставке аренды в торговых центрах для крупных сетевых операторов, умножьте десятки тысяч метров на эту цифру, и подумайте... Вообще современные арендные ставки перегреты, оставляют мало шансов для выживания бизнесу и оставляют выгодным только один бизнес – саму аренду. А теперь открываю тайну этого бизнеса – ради бизнеса. Все региональные сети и многие федеральные спят и видят,



как нарастить свою капитализацию и продаться выгодно более крупному оператору. Такие навязанные правила игры, из которых очень сложно выпрыгнуть. Так есть инсайдерская информация, что многие «Пятерочки» и «Перекрестки» имеют по документам нулевой доход и живут только за счет ретро-бонусов от поставщиков. Главное для них розничная выручка, а не прибыль. Зададим себе вопрос: «Откуда берутся низкие провальные цены в Ашанах, МЕТРО и прочих. В некоторых случаях дешевле заводских! Так, в прошлом и позапрошлом годах «Пятерочка» продавала сахар дешевле, чем на сахарозаводах и оптовых базах. Что это? А это, дорогие мои – война. Война за захват продовольственного рынка страны. Уже на данный момент одни из главных операторов рынка являются нерезидентами: Ашан – французы, МЕТРО Кэш&Кэрри – немцы (основатель сети, Отто Байсхайм, в годы Второй мировой войны служил в составе элитного подразделения войск СС — 1-й танковой дивизии «Лейбштандарте СС Адольф Гитлер»). Так, в официальной бизнес-прессе проскочила информация, что на захват продовольственного рынка Польши сетью МЕТРО был выделен фонд в 200 млн. долларов на демпингование цен (у кого из нас есть такие денежки?). Вот отсюда такие низкие цены на продукты, да и на мануфактуру легкой промышленности. А мы, как бараны, ломимся на эти фокусы. А это подрыв продовольственной безопасности страны. Как можно вообще доверять нерезидентам самое ценное – обеспечение продуктами питания наших сограждан. И отсутствие в этом вопросе государственного регулирования есть преступление. В

США, в той местности, где я проходил стажировку в WalMart, был построен еще больший магазин с названием Super WalMart, а позже совсем грандиозных размеров, тут же рядом, с названием SuperSuper WalMart. Что это? А это чистой воды глобализация, чтобы уничтожить все и вся, и перевести весь мир на рельсы системы, где покупать сможет только тот, кто будет иметь электронную карту с виртуальными деньгами. Вот цитата из электронной энциклопедии Wikipedia: «В конце 2009 года Ашан реализовал в России новый проект «Радуга», т. н. «супермаркет XXI века». Это новая концепция, ориентирующаяся на технологичность и экономию людских и энергетических ресурсов. В таком типе магазинов отсутствуют прилавки, кассы, продавцы и кассиры. Покупатели будут сами сканировать товары и оплачивать их через особые платёжные терминалы». Видите, за какими громкими лозунгами они прячут свои черные цели?!

Следующая важная тема в систематизации пагубности сетей – это отношения с поставщиками и местными производителями. Ритейл, как бандиты, выжимают деньги у поставщиков. Так в УФАС поступила жалоба от хлебопеков Татарстана, что сети требуют от них дополнительные финансовые средства в виде различных «бонусов». По ходу написания статьи один из поставщиков, который меня консультировал, рассказывал, что понижая цены, сети буквально убивают местных поставщиков, заставляя их работать ниже порога рентабельности или просто не пуская местных производителей на свои полки. Такая ситуация складывается вокруг многих производителей молока по нашему региону. Сейчас появилась новая тема, о которой я не слышал в свое время – это аренда полок, т.е. продавец скидывает с себя всю ответственность на поставщика. Бедный поставщик даже должен заниматься выкладкой своего товара, списанием порчи и пр. В этом случае хозяин магазина не заинтересован в продаже товара. Вот пример одного из ловких трюков ритейла: человек поставляет товар, сеть проваливает на товар цену так, что его буквально люди раскупают за один день. Условия договора оговаривают, что сеть имеет право продавать товар по любой цене, а поставщик получает свои деньги в полном объеме. Так вот, товар продан, приходит поставщик за деньгами, а его оглушают тем, что с ним расторгают контракт. Человек удивляется, как же так, ведь товар продан. Тогда ему делают снисхождение: «Ладно, оплачивай аренду полок за год, и мы не расторгаем договор». Человек оплачивает, товар выставляют по первоначальной цене, он перестает быстро раскупаться, а «сеть» поглаживает свой кармашек с полученной за год арендой. Один местный производитель просил меня написать: «Люди, за ваши деньги уничтожаются местные производители, ваше здоровье. На глазах происходит геноцид нации!»

А теперь давайте посмотрим, как сети, заходя в регионы, в буквальном смысле слова уничтожают все на своем пути. Сеть «Глобус» в Смоленске: «В начале 2008 года компания выдвинула инвестиционный проект строительства своего гипермаркета в Смоленске стоимостью 1,5 млрд. рублей на земельном участке, примыкающем к Парку 1100-летия Смоленска со стороны улицы 25 Сентября... Тем не менее начало строительства гипермаркета осложнилось расположением на участке рынка «Колос-2». В августе 2008 года Администрация Смоленска в одностороннем порядке расторгла договор аренды земельного участка с руководством рынка, потребовав до 1 ноября освободить занимаемую территорию. Ввиду того, что предложенные варианты нового расположения рынка «Колос-2» не устраивали владельцев, предприниматели рынка обратились с исковым заявлением в арбитражный суд. Т.е. сеть просто выкинула со своего пути главного конкурента – продуктовый рынок. Причем все манифестации были жестоко

подавлены полицией (статья в КП «Колос» пал!» <http://www.kp.ru/daily/25700/903210/>). Аналогичный случай произошел в Липецке с компанией METRO Cash&Carry, где ритейлеру приглянулся лакомый кусок земли, на котором находился крупнейший легкоатлетический комплекс. «А ведь это был фундаментальный настоящий дворец спорта, в котором помимо легкой атлетики находилось место много кому (как не вспомнить матчи мировой волейбольной лиги между мужскими сборными России и Польши в 1998 году в Липецке). Именно «Юбилейный» - один из лучших легкоатлетических манежей страны – в зимнее время становился пристанищем для сборной России с полным комплектом «звезд», местом проведения чемпионатов и кубков России в закрытых помещениях... А затем дворец в районе Манежа сравнивали с землей, утверждая, что самое молодое на тот момент спортивное сооружение Липецка (он был построен в начале 80-х много позже дворцов «Динамо», «Спартак», «Звездный», стадиона «Металлург») было в аварийном состоянии. Любопытный штрих – когда специалисты ФГУП «Росвзрывпром» (оказывается, есть и такое!) закладывали под «Юбилейный» десятки килограммов взрывчатки и нажимали на кнопку пуска, дворец, словно издеваясь над теми, кто решил сравнить его с землей, стоял, как скала. По различным данным, «Юбилейный» выдержал от 3 до 7 взрывов, пока его смогли разрушить». (<http://gorod48.ru/news/106252/>)

«Metro предложила липчанам вместо занятий спортом - ассортимент элитной колбасы, пельменей, конфет и алкоголя. Причем не местного и даже не немецкого, а преимущественно подмосковного производства». (<http://mygorod48.ru/people/user/12943/blog/8760...br>) Мужчины, вы видите, какая крупная артиллерия у врагов?

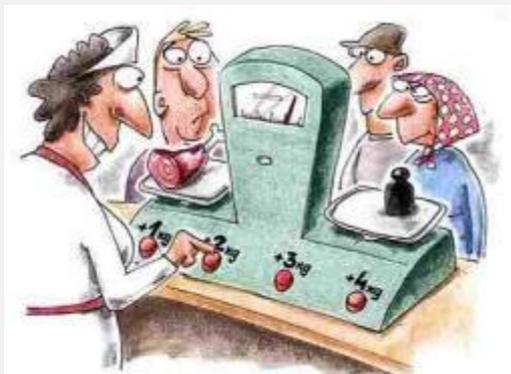
Общее наше очарование супермаркетами у меня вызывает недоумение. Во время написания этой статьи в нашем городе проходил праздник - день торговли. На сцену вышли дети, и читали стихи. Одна девочка прочитала стишок, что нынче полки ломятся от товаров, и все можно купить без очередей. Но это ложь! Обругав очереди в советских магазинах, мы почему-то наслаждаемся, когда стоим в еще больших очередях в METRO, ИКЕА, Ашан (где 30 минут очередь в кассу - не предел). Я даже не могу себе объяснить с точки зрения психологии этот эффект, просто какое-то помутнение. Далее скажу еще более жестко: супермаркеты воруют наше время и деньги. Как я уже писал выше, меня учили, что продукты первой необходимости должны быть в конце магазина. И мы попадаем в Кносский лабиринт царя Миноса в гостях у Минотавра, где цель выбраться, сохранив целыми свои деньги. Но без жертв не обойтись. Вот статистика, приведенная на профессиональном сайте ритейлеров: «За время существования понятия "торговля" предприимчивые дельцы и маркетологи придумали множество способов заставить покупателя приобрести то, что ему не нужно. Поход в магазин за бутылкой молока порой может обернуться огромными тратами и избытком продуктов, часть их которых со временем отправится в мусорное ведро... По данным Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН, в мире насчитывается около 900 млн. голодающих, в то время как ежегодно на помойке оказывается более 1 млрд. тонн продуктов питания - это треть от всего производства. В США по данным организации



Natural Resources Defense Council (NRDC) выбрасывается около 40% продуктов на сумму 165 млрд. долларов» (<http://www.retailer.ru/item/id/69230/>).

Я хотел бы поставить точку именно на этом абзаце, где я сравниваю супермаркет с Кносским лабиринтом. Мое мнение, что как только супермаркеты полностью уничтожат рынки и захватят монополию, а с применением всего арсенала экономического оружия – это неизбежно, то нам предложат совершенно другие правила игры. Могут цены взвинтить, а могут ассортимент урезать. Примеры были (см. статью «Не может быть и гречи» <http://www.retailer.ru/item/id/30282/> о сговоре в завышении цен на гречку и яйца). И один из сценариев, который легко осуществить при разгромленном сельском хозяйстве, при искусственно созданном голоде: супермаркеты – это будущие спецприемники для распределения по карточкам продуктов питания. Попадая в который, как в капкан, ты не можешь выбраться, пока тебя не отметят. Дай Бог, чтобы этого не случилось на пока еще нашей земле!

Семён Купцов.



Развеем мифы о рынке

Бытует мнение, что на рынках обвешивают и с этим невозможно бороться, ну как, например, с коррупцией среди чиновников. Это не так! На рынке достаточно установить контрольные весы для покупателей и проблемы нет!



Рынок как подводная лодка

Как живешь, предприниматель?

Два года назад я писала о семье Тарасюк. В 90-е годы они занялись торговлей на рынке от безысходности. Да так до сих пор и торгуют — и муж, и жена. Каждый день в 3 часа ночи едут на оптовый рынок, покупают овощи на продажу. Уезжают домой не раньше шести. Жить в таком ритме тяжело, но торговля позволила поднять детей, дала чувство уверенности в завтрашнем дне. Работают ли Тарасюки сегодня? Согласно цифрам, озвученным на собрании Ассоциации рынков Ростовской области, начиная с этого года, 20% торговых мест на рынках опустело...

С рынков ушло немало индивидуальных предпринимателей, кто, как Тарасюк, закупал и продавал товар своими силами. Стоять за прилавком стало невыгодно. Во-первых, возросли пенсионные взносы для ИП. Во-вторых, на рынке стало меньше покупателей. Городские базары в этом году перешли в капитальные здания. Затраты на стройку изменили стоимость мест. Продавцы, конечно же, повысили цену на товар. Часть покупателей ушла с рынка.

Вслед за ними ушли продавцы. Безработных стало больше. О борьбе с безработицей, о необходимости создавать новые рабочие места говорят много, но сделают ли что-нибудь, чтобы сохранить старые, чтобы рынки остались рынками? Возможно, понизят ставку взносов в Пенсионный фонд. По крайней мере, представители региональной власти и инфраструктуры, поддерживающей бизнес, оптимистично оценивают перспективы на этот счет. Но вот



внести изменения в закон о рынках за 6 лет так и не получилось. Через общественные объединения и политические партии рыночники пытались настоять на том, чтобы решение о возведении капитальных строений на территории рынков принимали региональные, а не федеральные власти. Однако за 6 лет этого так и не случилось. Законодатели упорно настаивают на формулировке «капитальные здания и сооружения» применительно к рыночным строениям, в то время как, например, торговые центры могут размещаться в конструкциях без фундамента. В результате этого затраты рынков на организацию торговли выходят в разы выше, чем у торговых центров. Исчезает сам принцип «рыночности», когда без особых хлопот и затрат можно начать торговать. Особенно этот момент важен для сельхозпроизводителей, торгующих сезонной продукцией, а также для покупателей, старающихся ее приобрести.

Где же можно будет купить местные овощи, фрукты? В торговые центры селяне их не повезут: снять павильон на месяц или неделю никто не позволит — такие уж условия торговли. Тем более местным помидорам и сметане не попасть в торговые сети. На их полках оказываются товары только очень крупных производителей. На селе же сейчас выращиваются

и производятся совсем не те объемы продукции, взять хоть частников, а хотя бы и небольшие хозяйства. Получается, что купить свои продукты можно будет только на ярмарках. Но что такое ярмарка?

Во-первых, это явление временное. Открываются они на 180 дней, бывают ярмарки выходного дня. Во-вторых, на них отсутствует система ветеринарно-санитарного контроля. Ответственность организаторов и участников ярмарки минимальна. Ярмарки не могут быть универсальными, исключительно специализированными.

Теоретически можно ужесточить требования к ярмаркам. Но фактически тогда их нужно «дотягивать» до состояния рынков. Зачем — когда рынки и так есть? Можно надеяться, что наше село будет поставлять свои товары и в торговые центры, и в сети. Но какого тогда они будут качества? Мы, покупатели, уже из опыта знаем, что качество продуктов «с рынка» и из супермаркета не сравнить! Сети ведь берут «объемом» продаж, качество отходит при этом на задний план. Для понимания достаточно принять к сведению один факт. В ближайшее время в нашу страну ожидается приход американской торговой сети Wal-Mart. По данным мирового рейтинга компаний Fortune-500, обороты самой крупной российской компании «Газпром» почти в десять раз меньше...

Удивительно, постоянные обращения рыночников к правительству страны по поводу внесения изменения в закон о рынках, в ФАС — о необходимости уравнивать требования к рынкам и другим объектам торговли — успеха не имели. Между тем представители рыночной торговли не опускают руки. Члены Ассоциации рынков Ростовской области по-прежнему стараются достучаться до властей и общественности. Конечно, это сложно. Застройка базаров на руку очень значимым силам, иначе как можно объяснить то, что за шесть лет рынкам так легче и не стало, а вот сетевых магазинов не хватает разве что в хуторах на 200 жителей? Но ведь за рынками стоят люди: продавцы и покупатели — мы с вами.

Кстати, у Тарасюков все по-прежнему. Их жизнь не поменялась: с них не стали брать больше за аренду места, а значит, не стало меньше и покупателей. Но так ведь и торгуют они на крупном рынке, приступившем к строительству почти десять лет назад. И что-то менять им будет непросто — не первый десяток лет за прилавком. Поэтому и позиция у предпринимателей соответствующая: «А куда же мы денемся с подводной лодки?»



Екатерина Жукова.

Источник: <http://www.nvgazeta.ru/business/9125.html>



Российские власти фактически объявили войну малому бизнесу

Как живешь, предприниматель?

Экономисты утверждают, что без сильного малого бизнеса в стране не будет ни эффективной нефтедобычи, ни нормального рынка ЖКХ, ни инноваций.

В стране ударными темпами сокращается количество малых предприятий, которые в западных государствах составляют костяк общества. Только за три последних месяца, после того как с 1 января страховые взносы для индивидуальных предпринимателей увеличились почти вдвое – до 36 тыс. руб., бизнес-сообщество не досчиталось 300 тыс. фирм. Вместе с тем чиновники чуть ли не еженедельно выступают с очередной инициативой, призванной покарать «неплательщиков», «уклонистов» и прочих экономических правонарушителей. Бизнесмены утверждают, что государство относится к ним как к врагу, и уже не исключают того, что в какой-то момент предпринимательство будет запрещено на законодательном уровне.

Роман Коростелев – владелец фотоателье в поселке Лиман Астраханской области. После повышения страховых взносов его бизнес выстоял, но, как он утверждает, половина предпринимателей населенного пункта разорились. «Заходишь на рынок или в торговый центр – вокруг пустые павильоны, – рассказал «НИ» г-н Коростелев. – Я пока платить могу, но у меня нет никаких гарантий, что в будущем сумма взносов не будет расти. Нам все обещают стабильность, но где она? Законодательство меняется каждый год, из-за этого предприниматели не могут ничего планировать, расширять бизнес. Они просто не могут оценить, какие у них в ближайшее время будут доходы».

Выжать все до последней капли

Представители бизнеса не могут понять, чего своими

действиями пытаются добиться власти. Финансовой выгоды от «выжимания» малого бизнеса они явно не имеют. Так, по данным сопредседателя «Деловой России» Александра Галушки, 300 тыс. компаний, которые были вынуждены закрыться из-за повышения страховых взносов, платили в бюджет страны 13,5 млрд. руб. налогов и взносов. Правительство же рассчитывало путем повышения взносов дополнительно получить от них еще 5,1 млрд., однако лишилось и того, и другого. «Есть миф, что все эти ИП – сплошь одnodневки, зарегистрированные для каких-то схем, – сказал г-н Галушка. – Но это не так. Большая часть этих ИП – люди, которые не сидят на шее у государства, сами зарабатывают себе на жизнь и не испытывают иждивенческих настроений. Половина за-

крывшихся предприятий работали в сфере услуг, треть занимались торговлей, 7% – производством. Закрылся реальный бизнес». По словам представителя «Деловой России», в целом то, что происходит, – «отвратительно с точки зрения развития страны».

Повышение страховых выплат – лишь одна из немногих жестких мер, принятых государством в отношении мелкого предпринимательства за последние годы. В то время как на Западе малый бизнес создает костяк среднего класса и поддерживается правительством, в России данная прослойка рискует в ближайшее время если не полностью исчезнуть, то в лучшем случае уйти «в тень», прекратив с государством любые формы отношений. Напомним, что не так давно Минфин рекомендовал приравнять страховые взносы к налогам и за уклонение от их уплаты карать уголовной ответственностью и тюремными сроками. Налоговикам вскоре начнет помогать Следственный комитет России (СКР) – в ближайшее время там планируют создать отдел по борьбе с налоговыми преступлениями. Сам председатель СКР Александр Бастрыкин уже предложил ввести уголовную ответственность не только для

бизнесменов, но и для компаний: меры наказания лежат в диапазоне от огромных штрафов до полной ликвидации фирм. Соответствующий проект уже направлен в администрацию президента.

В таких условиях некомфортно себя ощущает даже крупный бизнес. Согласно недавнему опросу, проведенному Российским союзом промышленников и предпринимателей, 60% респондентов заявили, что у них нет шансов защититься от налоговиков в суде, а каждый десятый предприниматель отметил общее снижение уровня защиты частной собственности. Что тогда говорить о малом бизнесе, чьи возможности несоизмеримо меньше.

Все началось в 2006 году...

Участники отрасли отмечают, что давление на них идет уже несколько лет подряд. «Идет передел рынка сбыта, а страдает малый бизнес», – поясняет Ольга Косец, президент Межрегиональной общественной организации «Деловые люди». По ее словам, все началось в 2006 году, именно тогда был принят **271-й Федеральный закон о деятельности рынков**. «До этого момента законодательство нас особо не трогало, но именно в те годы было прописано то, что мы пожинаем сейчас, – продолжает эксперт.

– Как вы знаете, до 2012 года в Москве и Московской области должны были закрыться все открытые торговые площадки, до конца 2013-го – на всей территории Российской Федерации». Первой ласточкой, по данным Ольги Косец, стало закрытие Черкизовского рынка. Принято считать, что там торговали одни китайцы, но, по словам собеседницы «НИ», там было много и отечественных производителей, которые реализовывали товар оптом.

С закрытием рынков по всей стране стали массово разоряться небольшие производства текстиля, обуви, бытовых товаров, и продавать свою продукцию им стало негде. В регионах на местах закрытия рынков строятся крупные торговые центры, но никаких льгот по аренде для прежних продавцов, работающих на открытых площадках по 15–20 лет, не предусмотрено. «Арендная плата там сумасшедшая – такую ставку способны вытягивать только крупные магазины, – констатирует г-жа Косец. – Никто не думает о том, что этим людям просто некуда будет пойти, вокруг не очень много успешно функционирующих предприятий и заводов – почти все закрыто».

О том, что положение малого бизнеса стало резко ухудшаться в 2005–2006 го-

ды, говорит и Яна Яковлева, председатель организации защиты предприятий «Бизнес-солидарность». По ее словам, именно в этот период у законоворцов все чаще стало проследиваться отсутствие смысла, а правовая система пошла «в разнос». «Чиновник всегда прав, а предприниматель вечно виноват, – пояснила эксперт. – Что касается именно малого бизнеса, то ему здесь места нет: все занято монополистами, рынок сбыта поделен и переделен, на полки магазинов не попасть».

В Москве ярким примером борьбы с малыми предпринимателями стало уничтожение киосков, которые в большинстве случаев были снесены без суда и следствия. «Должны были отвозить на штрафстоянку, но в итоге многое просто сносили бульдозером, – возмущается Ольга Косец. – Крупные игроки свои палатки отстояли, у мелких же нет денег на адвокатов и суд, не хватает сплоченности и веры в себя, настроения у людей сейчас очень пессимистические. У чиновников же нет никакой ответственности и спросить не с кого: мелких предпринимателей они давно воспринимают как «погрешность».

Не надо поддерживать – просто не мешайте

К 1 сентября 2013 года правительство должно разработать концепцию государственной программы «Территория бизнеса – территория жизни», которая рассчитана на поддержку микропредпринимательства. Однако все подобные существующие и анонсируемые программы представители бизнес-сообщества воспринимают уже исключительно как издевательство.



«Ни одного живого человека, воспользовавшегося программой государственных субсидий или кредитования, я не видела, – утверждает Яна Яковлева. – Зато знаю случаи, когда получение таких субсидий порождало коррупцию на местах: чиновники, помогающие реализовывать бизнесменам такие программы, потом сдирали с них вдвое больше». По словам эксперта, помимо раздачи денег государство должно выстраивать среду и инвестиционный климат, чтобы предпринимателю не должно было быть страшно вложить свои деньги в дело. «И не должны внезапно появ-

ляться чиновники, у которых брат или сын захотел вдруг заняться тем же бизнесом, что и у тебя, – отмечает г-жа Яковлева. – Бизнесменам нужна свобода, а не бюрократические препоны».

Член совета московского отделения «ОПОРЫ России» Алексей Каневский подтверждает, что, хотя контактов с представителями власти стало, на удивление, много, пользы они не приносят. «Ситуация стала лучше только на словах, – объясняет эксперт. – Чувствительных изменений никто не заметил. Мешают бесконечные проверки и, конечно, вечная бюрократия – огромное количество документации не дает работать. В кризис нужно вообще освободить малый бизнес от налогов, чтобы он мог потом кредитовать государство, но у нас все делается наоборот. Что касается субсидий и кредитов – деньги стоят очень дорого, этим пользуются немногие».

«Запретить на законодательном уровне»

Сами бизнесмены отзываются о политике властей в отношении себя довольно резко. Они уже не сомневаются, что государство видит в них врага. Как сказал «НИ» владелец торговой сети Дмитрий Потапенко, страховые взносы добились так называемых «спящих» предпри-

нимателей. «ИП ведь обычно регистрируют для разовых сделок, так было удобней изымать наличные деньги, - пояснил предприниматель. – Для таких историй приравнять ИП к ООО равносильно смерти, 30 тысяч за страховые взносы – это очень много для них, люди на это не пойдут. Действия властей последовательны, бизнес для них – враг. На их месте было бы честнее просто запретить любое предпринимательство на законодательном уровне».

В стране складывается очень неблагоприятный фон для бизнеса, соглашается генеральный директор частной компании Борис Паньков. По его словам, коррупционные скандалы порождают отсутствие понимания правил игры, в итоге никто ничего не планирует – неизвестно, что будет завтра. «Государство распалось на княжества: чтобы федеральному чиновнику уладить проблемы в регионе, ему нужно купить местного «князя». Реальность такова, что никто не хочет ввязываться в долгосрочные проекты, предпринимательство сегодня не выгодно», – констатирует г-н Паньков.

Звенья одной цепи

Эксперты отмечают, что ущемление малого бизнеса в государстве – это головная боль не только людей

с предпринимательской жилкой. В конечном итоге этот процесс затрагивает большинство граждан. «Проблема с малым бизнесом в России заключается в том, что 70% предприятий приходится на сферу торговли, в то время как на Западе малый бизнес – это и реальное производство, и источник инноваций, – рассказал «НИ» научный сотрудник Института проблемы рынка РАН Константин Янкаускас. – Взять тот же ТЭК. В Европе, Штатах, Канаде существует огромное количество небольших компаний, которые живут за счет эффективной эксплуатации 1–2 небольших месторождений. Они максимально эффективно осваивают каждое месторождение, потому что от этого зависит их доступ к земельным ресурсам в банках и на фондовом рынке. Соответственно, если бы эти компании имели такой же коэффициент добычи полезных ископаемых, как отечественные нефтяные корпорации, то их акции бы обесценились, и они бы разорились». Точно так же малый бизнес на Западе является залогом современной системы ЖКХ, в то время как в РФ весь этот сектор состоит из локальных монополий, аффилированных с местными администрациями. В итоге – ни качества, ни экономии денег, резюмирует экономист.

«Самое трагичное в этой ситуации – то, что огромные деньги выводятся за рубеж, не облагаясь налогами, а малый бизнес доят по полной программе, – комментирует председатель Всероссийского движения «За честный рынок» Илья Хандриков. – Все отношение власти к бизнесу видно на примере Кипра – за эти деньги они реально борются, а малый бизнес никого не интересует. Фактически его просто убили».

Роман Коростелев из Астраханской области, так же, как и все, не понимает, чего именно хочет от него власть. «Ну, будут они сажать за неуплату, ну, разорят окончательно села, – рассуждает он. – Исчезнут фермеры, которые в том числе поставляют продукты в города. Может, хоть рост цен на мясо заставит тех же москвичей задуматься о том, что происходит».

Грузия: чем меньше оборот – тем меньше налог
В Грузии действует специальный режим налогообложения малого и среднего бизнеса. Лицензированный микро-бизнес с годовым оборотом до 30 тыс. лари (540 тыс. руб.) освобожден от подоходного налога и необходимости использовать кассовые аппараты. Малый бизнес с оборотом до 100 тыс. лари

(1 млн. 800 тыс. руб.) облагаются налогом от 3% до 5%. Средний бизнес, имеющий годовой оборот от 100 тыс. лари и более, должен платить 18%. Данные нормы Налогового кодекса были приняты в 2011 году. Тогда ведение бизнеса в стране было значительно упрощено, и малое предпринимательство Грузии, согласно статистическим данным, продемонстрировало довольно высокий рост. Что касается нынешней ситуации, то, по утверждению министра финансов страны Нодара Хадури, оборот малых и средних компаний регулярно увеличивается. Недавно стало известно, что швейцарский Фонд международной сети профессиональных бизнесменов планирует проведение учебных семинаров для владельцев малого бизнеса, а также готов выделить им льготные кредиты и помочь подыскать иностранных партнеров.



Впрочем, внешнее благополучие нередко сочеталось с коррупцией и массовыми случаями незаконного лишения бизнеса, утверждали оп-

поненты президента Михаила Саакашвили. После победы на парламентских выборах 2012 года политической коалиции «Грузинская мечта» в Главную прокуратуру обратилось большое количество бизнесменов, добывающихся возвращения отнятого имущества. Часть их объединились в общественную организацию «Верни». Премьер-министр страны Бидзина Иванишвили уже дважды встречался с грузинскими предпринимателями. На одной из встреч он пообещал, что правительство будет вмешиваться в бизнес лишь для того, чтобы упростить и улучшить условия для его ведения.

(Ирина Алексидзе, Тбилиси)

Швеция: малые компании дают почти 40% ВВП страны

В шведском языке есть устойчивое понятие «Дух Гнушье», означающее предприимчивость, упорство и деловой оптимизм. Гнушье – регион в центральной Швеции с населением примерно 85 тыс. человек, в котором действуют 1500 компаний, главным образом малых. Львиная доля их основателей – люди, внедряющие в промышленность или ноу-хау. В Гнушье явственно отразились две особенности Швеции, являющиеся движущей силой национальной эко-

номики. Первая – это наибольшее количество сверхмалых и малых фирм (до 50 работников) в мире в расчете на душу населения. Вторая особенность – многолетний мировой рекорд по количеству ежегодно получаемых патентов на изобретения. Малые компании дают почти 40% ВВП страны, в них работает практически половина трудоспособного населения Швеции. Есть и еще одна особенность «малышей», заставляющая всю страну относиться к ним с особым уважением. В то время как неповоротливые гиганты бизнеса с трудом выдерживают удары кризиса, сокращают производство или даже объявляют о своем банкротстве, как это сделал недавно, например, автомобильный производитель Saab, малый бизнес развивается относительно успешно и даже принимает на работу новых сотрудников.

Условия для индивидуального предпринимательства в стране созданы исключительно благоприятные, хотя владельцы сверхмалых компаний и жалуются на ряд недостатков, главными из которых являются высокий налог на работодателя и сложности с получением кредитов в банках в условиях кризиса без предоставления солидных

гарантий. Вот что говорит бывший киевлянин, владеющий небольшой гостиницей в Стокгольме, где он одновременно и хозяин, и единственный работник. «Открыть компанию – дело одного часа. Скачиваешь в Интернете бланк, заполняешь его и посылаешь на регистрацию. Через две недели приходит разрешение, заплатить за него надо порядка 900 крон (около 100 евро), – рассказывает собеседник «НИ». – Гостиницу ежегодно проверяет пожарная инспекция, все вопросы – по делу, о вымогательстве взятки даже речи нет. Правда, визит официально обходится в 300 евро. Других проверок нет». По словам предпринимателя, налоги в Швеции высоки, но при этом есть возможность списывать с прибыли многие необходимые траты – на служебный автомобиль, на бензин, на телефон. «Жить, в принципе, можно, власти бизнес не «кошмарят», – продолжает отельер. – Если дела пошли не важно, можно закрыть фирму и в течение года получать пособие в случае по безработице. Его сумма составляет порядка 80% от зарплаты, но не должна превышать полутора тысяч евро в месяц».

(Алексей Смирнов, Стокгольм)

Германия: объем государственной поддержки малого бизнеса – 1,5 миллиарда евро в год

Впервые Германия оказала поддержку малому и среднему бизнесу в самом начале 1960-х годов, создав специальную программу. С тех пор внимание государства к самочувствию и жизнеспособности «среднего сословия» неусыпно, какие бы партии ни находились у руля. Для малых и средних предпринимателей Минэкономики ФРГ создало пользующийся большой популярностью интернет-портал, на котором выкладывается разнообразная информация о ведении собственного дела и публикуются квалифицированные советы специалистов во всех областях малого и среднего бизнеса. К услугам начинающих предпринимателей – пакет программного обеспечения, помощь при составлении бизнес-плана, бухгалтерского учета, оформлении документации, налоговый ликбез. Создано и общегосударственное агентство, которое осуществляет помощь начинающим бизнес-леди. И что самое удивительное для эмансипированной Германии – женщины охотно прибегают к помощи этого агентства, не усматривая в самом факте его

существования ущемления человеческого достоинства по гендерному признаку. Льготные кредиты для стартового капитала начинающим бизнесменам выдает государственный банк KfW. Ежегодная сумма этой дотации составляет более 1,5 млрд. евро. Ежегодно десятки тысяч новых фирм во всех землях ФРГ открываются исключительно благодаря возможности получения данного кредита. Потенциальный владелец малого бизнеса должен подать в банк заявку с подробным «бизнес-планом», где прописаны и обоснованы необходимые для функционирования фирмы затраты. После изучения заявки экономисты дают санкцию на выдачу кредита. В большинстве случаев ответ бывает положительный. Государство заинтересовано в развитии малого и среднего бизнеса, так как более 70% всех рабочих мест в стране обеспечивается именно за счет этой сферы экономики. Число предприятий, относящихся к малому и среднему бизнесу, давно перевалило в Германии за 3,5 миллиона.

(Адель Калиниченко, Мюнхен)

**Ольга Чуракова, Фото:
Екатерина Варюхичева**

Советы и секреты



«... - У меня точка на рынке цены недорогие, как привлечь покупателя?»

« - Ей Богу, хоть караул кричи, на привозе торгуем, а после - тишина... то есть постоянный клиент "проходит", а нового нет! Как привлечь? Что делать?»

Предпринимателям на заметку

Сегодня конкуренция на рынках растет с каждым днем, и вот владельцы торгового места грустно подсчитывают свои убытки. Исправить ситуацию и привлечь покупателей возможно в том случае, если вы готовы приложить максимум усилий.

Совет №1

Продавайте только качественный товар. Это первое правило, которое приведет вас к успеху в торговле. Покупатель не должен разочароваться после первой же покупки. Создайте положительный образ в сознании клиентов, делайте упор на свежесть продуктов или строгий контроль при закупке иных товаров.

Совет №2

Привлечь внимание потенциальных покупателей можно с помощью удачного визуального оформления торгового места. Продавая продукты питания, попробуйте создать из них натюрморт и выставить на всеобщее обозрение. Важно использовать исключительно свежие продукты, именно они привлекут клиентов. Если вы продаете одежду или другой товар, проявите смекалку. Подвесьте джинсы или выложите картину из блокнотов, ручек и скрепок.

Совет №3

Если своего креатива и таланта у вас не хватает, обратитесь к профессионалам. Большинство рекламных агентств предоставят вам дизайнера, который справится с этой задачей без труда. Конечно, за разумную плату.

Совет №4

Вывешивайте крупные ценники. Если ваши цены ниже, чем у конкурентов, стремитесь показать это. Делайте яркие объявления о распродажах, вывешивайте фотографию и цену товара, меняя картинку пару раз в неделю.

Совет №5

Устраивайте дегустации. Продавая съестной товар, раз в месяц позвольте покупателям опробовать его. Затраты будут не столь велики, зато после пробы клиент в девяносто процентах случаев приобретет понравившийся ему продукт.

Совет №6

Следите за продавцами. Они являются лицом вашей торговой точки. Продукты питания должны отпускаться только в перчатках, одежда продавца не должна вызывать пререканий. Соблюдение санитарных норм просто необходимо для того, чтобы однажды зашедший к вам человек вернулся снова.

Совет №7

Без интернета невозможно представить ни одну область нашей жизни: в современном деловом мире оперативное получение и обмен информацией – залог успеха. Прежде всего, нужно уяснить для себя, что интернет – это канал распространение информации, коммуникационная среда, такая же, как радио, телевидение, печатные издания, внешняя реклама...



Уже сейчас у бизнеса появилась возможность использовать этот эффективный инструмент для достижения своих целей.

Любые коммуникации в on-line стоят дешевле, распространяются с большей скоростью и способны принести значительную отдачу из-за постоянно растущего количества пользователей. Пользователи интернета представляют собой широкий, готовый к потреблению рынков спроса.

Предприниматели могут привлечь дополнительных покупателей на рынки, в том числе из сегментов мелкооптовых покупателей и молодежи, а также значительно увеличить скорость смены ассортимента и увеличить продажи в рамках портала «Рынки России».



Система личных кабинетов позволяет представить товар любого продавца на рынке через личную электронную витрину.

Таким образом, покупатели могут заранее ознакомиться с ассортиментом предлагаемых на рынке товаров и делать заявку на приобретение.

Узнать больше о работе портала «Рынки России» Вы можете, посмотрев видео презентацию: <http://rosrinki.ru/intro> или перейдя на сайт <http://rosrinki.ru>.

Стать участником портала «Рынки России», а также получить интересующую информацию о проекте вы можете, оставив заявку на электронный адрес: rinki.zabota@gmail.com или обратившись к консультанту по номеру: 8(863)226-03-47

Фотоконкурс «Улыбнись»

Уважаемые читатели, в прошлом номере журнала мы предлагали Вам поучаствовать в нашем конкурсе и поделиться своими наблюдениями и необычными фотографиями, которые вы сделали на рынке.

По многочисленным письмам в адрес редакции и Вашим просьбам, мы решили изменить правила и включать в конкурс фотографии, сделанные в магазинах и супермаркетах. Представляем Вашему вниманию фото 3-х победителей.

1. Татьяна Павлова: «Без слез не глянешь!!!»



2. Александр Лужин: «Умеют же народ смешить...»

3. Милена Романова: «Иностранцам не объяснишь, что гласят эти надписи... Не поймут!»



Поздравляем победителей и ждем новых участников!

Свои фото для участия в конкурсе присылайте по эл. адресу:

rinki.zabota@gmail.com

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ НА СТРАНИЦАХ ЖУРНАЛА «РЫНКИ РОССИИ»

(издается при поддержке Ассоциации рынков Ростовской области)

Журнал «Рынки России»

Современные рекламные технологии становятся все более интеллектуальными, поэтому необходимо подбирать индивидуально инструменты рекламы для каждой группы потребителей. Какие могут быть решения? Ответ удивительно прост – это размещение своей рекламы в специализированных средствах массовой информации.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ журнала «Рынки России» - это руководители управляющих компаний рынков, поставщики товаров, фермеры, продавцы и покупатели, а также исследователи, работающие по данной тематике.



На страницах нашего журнала эксперты в сфере торговли анализируют последние события и тенденции в сфере розничных рынков, освещают новинки в технологиях организации продаж и поставок, делятся опытом и ищут новых деловых партнеров.

Мы предлагаем:**1. ПУБЛИКАЦИЮ**

вашей рекламы на страницах нашего издания рядом с наиболее интересными статьями.

2. РАЗМЕЩЕНИЕ

рекламного модуля на сайте www.rosrinki.ru в рамках электронной версии издания, что позволит найти своих потребителей благодаря широким возможностям сети Internet, к тому же рекламное объявление сопровождается ссылкой на сайт рекламодателя.

3. НАПИСАНИЕ РЕКЛАМНОЙ СТАТЬИ

для публикации в журнале, освещающей с наиболее выгодной стороны услуги и товары рекламодателя. Стоимость рекламной статьи оценивается согласно занимаемой площади – из расчета 5000 руб. за полосу.

**По вопросам размещения рекламы обращайтесь
в отдел маркетинга по телефону (8-863)226-03-47**

**Реклама в журнале «Рынки России» - это
Ваш бизнес в выгодном свете!**

Рынки России

№2, 2013 г.

Журнал «Рынки России»

Проект инициирован
Ассоциацией рынков Ростовской области

Главный редактор: Кундюкова Э.Г.

Редакционный совет:

Председатель: Муковоз Ю.И.

Члены совета:

Курганский С.В., Раннев П.И.

Учредитель:

ООО «Общая забота»

Предложения о сотрудничестве и размещении рекламы
присылайте в адрес редакции: rinki.zabota@gmail.com,
тел. 8 (863) 226-03-47.

Приглашаем Вас стать нашими подписчиками на электронную версию
журнала «Рынки России»!

Стандартная подписка включает рассылку электронной версии журнала на
эл. почту управляющей компании рынка
(стоимость **300 руб.**) за 1 (один) номер

Для оформления подписки **необходимо** направить заявку сводной формы на
эл. адрес редакции: rinki.zabota@gmail.com

По вопросам распространения журнала на территории рынков также об-
ращайтесь в редакцию.