

В ЗАЩИТУ НЕСТАЦИОНАРНЫХ ОБЪЕКТОВ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Орестов И.А.

Научный руководитель доцент Кукина И.В.

Сибирский федеральный университет

Последнее время администрации крупных городов России и стран СНГ проводят активную политику сокращения числа нестационарных объектов розничной торговли. Города отказываются от ларьков, считая их пережитком прошлого. Так, например, в Санкт-Петербурге в 2007 году были ужесточены правила получения разрешения на размещение торговых киосков, а в Москве в ноябре 2010 года по устному распоряжению мэра было ликвидировано свыше 2200 нестационарных объектов. Однако на этом активная работа администрации в области уличной торговли приостановилась, и городам так и не было предложено каких-либо комплексных решений, рассчитанных на длительную перспективу.

Вопрос о размещении нестационарных объектов в городской среде действительно непростой. С одной стороны тут выступают интересы развития уровня благоустройства территории городов, с другой стороны существуют интересы предпринимателей, которые, кстати, пополняют бюджет налоговыми отчислениями и дают рабочие места, а так же потребность самих горожан в наличии предприятий обслуживания в шаговой доступности.

Рассматривая нестационарные объекты в городской среде с развитой инфраструктурой, претензии обозначенные городскими властями действительно кажутся актуальными. В совокупности по России все претензии сводятся к трем базисным тезисам несоответствия существующих нестационарных объектов необходимому современному уровню развития благоустройства городской среды: **деструктивный внешний облик, неконтролируемость и отрицательное влияние на пешеходное движение** в местах массового скопления людей.

Внешний вид подавляющего большинства сооружений действительно находится далеко за гранью допустимого состояния. Использование дешевых строительных материалов, низкое качество сборки, небрежная эксплуатация, а так же нежелание собственников ремонтировать пришедшие в негодность элементы. Отдельным пунктом стоит содержание окружающего пространства в чистоте а также соблюдение санитарных норм (бытовые отходы а также продукты влажной уборки помещений зачастую оказываются на прилегающей территории, что особенно заметно в зимний период эксплуатации). В целом можно с уверенностью сказать, что большинство собственников таких объектов не заботит визуальное составляющее их деятельности. Содержание объекта и окружающего пространства в опрятном состоянии требует дополнительного финансирования, а поскольку поток посетителей данной категории торговых объектов никак не зависит от внешнего облика сооружения, а подчиняется в первую очередь пешеходной доступности, и кроме того ни один надзирающий орган не следит за визуальным состоянием объекта, то соответственно с точки зрения собственника острой необходимости в поддержании объекта в опрятном состоянии попросту нет. Кроме перечисленных факторов также важно отметить рекламные конструкции, устанавливаемые на временных объектах, активно влияющий на создание визуально разобщенного облика территории. По данным исследования, проведенного НОО «Городские проекты» в конце 2012 в Москве, более 54% всех рекламных конструкций в городе были установлены незаконно.

Вопрос неконтролируемости также действительно очень актуален. Множество ларьков, киосков, торговых павильонов и палаток устанавливаются самовольно. Так, например, по данным городской администрации Красноярска, на сегодняшний день проводящей процедуру проверки и перезаключения договоров аренды земельных участков, на территории города расположено более 5000 временных объектов розничной торговли, из которых около 1400 установлены самовольно, что составляет чуть менее 30% от всего фонда нестационарных торговых объектов. А например в Киеве количество незаконно установленных объектов превышает 70% (19 марта 2013 Киевсовет опубликовал перечень законно установленных торговых точек, из более чем 20000 объектов только 5723 имели законное основание на установку). Факт самовольной установки само по себе подразумевает незаконную финансовую деятельность. Но кроме этого, вопрос о качестве продукции и услугах, реализуемых в таких торговых точках, также остается абсолютно бесконтрольным, ведь если объект не зарегистрирован, то и надзирающие органы о нем не знают и скорее всего, проверять его не будут. Таким образом конечный потребитель рискует получить некачественное обслуживание, не сертифицированный или просроченный товар и так далее, при этом не имея никаких рычагов воздействия на распространителя. Более того, в большинстве случаев установить факт незаконной деятельности таких объектов для рядовых граждан не представляется возможным (это отчасти происходит и от правовой безграмотности потребителя). В итоге в Красноярске в 30% случаев приобретения товаров и услуг в нестационарных объектах торговли, потребитель является абсолютно незащищенным.

Что касается влияния на пешеходное движение, то особенно этот вопрос актуален в крупных городах, на территориях, прилегающих к остановкам общественного транспорта и входах в метро. Часто объекты размещаются непосредственно на пешеходных путях, мешая прямому транзитному движению, прерывая необходимые ориентационные визуальные связи.

Однако, городская среда неоднородна. Особенно в период развития рыночной экономики. И, следовательно, нельзя однозначно относиться к таким вопросам как ограничение или введение моратория на установку нестационарных торговых точек. Часто в развитых, густонаселенных районах количество торговых точек может превышать установленные нормы (нормы на которые опираются городские администрации прописаны в СП 42.13330.2011 «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений», однако пункт с нормой торговой площади магазинов в городских поселениях - 280 кв. м на 1000 человек не изменился с 16 мая 1989 года, когда постановлением Госстроя СССР № 78 был принят СНиП 2.07.01-89 «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений» (предыдущая редакция СП 42.13330.2011)), при этом качество обслуживания и качество образуемой ими среды уже не отвечает растущим запросам населения. Такое перенасыщение происходит в первую очередь из-за заинтересованности предпринимателей в постоянном потоке посетителей. Порой предложение сильно превышает спрос, предприятия торговли существуют на грани рентабельности и многие объекты перестают функционировать, физически оставаясь на территории района. Понятно, что в таких условиях процесс сокращения числа объектов просто необходим. Но разные районы города развиваются с разной скоростью. Существуют районы, которые только начинают формироваться. Так, например, в Красноярске параллельно застраивается более 10 новых территорий разной величины. И мораторий на установку временных объектов розничной торговли может отрицательно повлиять на районы, в которых появление стационарного магазина попросту не возможно. В качестве примера мы можем рассмотреть любой вновь складывающийся жилой

микрорайон: инвестировать в строительство полноценного магазина в такой ситуации нецелесообразно, так как район еще не заселен и необходимый оборот продукции для крупного или среднего объекта розничной торговли не попросту будет. А оборот необходим, так как нужно обеспечивать ряд платежей: коммунальные услуги, заработную плату сотрудникам, налоги и возможно арендную плату или выплаты по кредиту на собственность. С другой стороны на рассматриваемой территории есть некоторое количество жителей, нуждающихся в ежедневном бытовом обслуживании, которого при предлагаемой администрацией города схеме может и не быть, хотя бы в силу того, что схему расположения нестационарных торговых объектов собираются принять единожды, а о процедуре внесения изменений в нее пока не объявлено (г. Красноярск). Таким образом получается логическая неувязка: развивающуюся городскую среду будет регламентировать документ, составленный и учитывающий потребности населения в определенный период развития города. Конечно, необходимо учитывать, что при современном уровне автомобилизации населения (например в Красноярске на сегодняшний день зарегистрировано более 390,000 легковых автомобилей на 988,000 человек - постоянных жителей Красноярска) добраться до ближайшего района с уже развитой инфраструктурой и наличием необходимого предприятия торговли не составит большого труда. Однако, если рассмотреть эту ситуацию более детально, то например для жителя нового жилого района с неразвитой торговой сетью рядовой поход за продуктами первой необходимости (если их покупка по какой-либо причине не была внесена и осуществлена в плане ежедневного маятникового передвижения "работа - дом"), например в зимний период, влечет за собой необходимость в прогреве двигателя автомобиля в среднем от 15 до 30 минут, в зависимости от погодных условий. А работа двигателя внутреннего сгорания естественно дает выброс в атмосферу углекислого газа, углеводорода, азота и других токсичных компонентов. Также использование автомобиля в мелких бытовых целях влечет за собой излишнюю нагрузку на дорожную сеть, временные затраты жителя. В то время как появление в осваиваемом жилом районе временного объекта розничной торговли в пределах пешеходной доступности удаляет все вышеперечисленные факторы, отрицательно влияющие на окружающую среду. Кроме того один такой объект дает городу как минимум два рабочих места, а также налоговые отчисления в бюджет. Так же к плюсам появления во вновь сформированных районах нестационарного торгового объекта можно отнести функции социального контроля, важность которого в малонаселенных районах сложно переоценить. Не стоит забывать и о перспективах развития такой торговой точки и переход её в новый планировочный статус (создание стационарного торгового предприятия на базе коммерческих площадей первых этажей жилых домов).

Важно также отметить, что современный опыт западных стран с более развитым уровнем благоустройства городской среды показывает, что полностью отказываться от нестационарных объектов розничной торговли спешить не стоит. Кроме решения временных задач, как обслуживание развивающегося района, нестационарные объекты могут брать на себя функции мелкого бытового обслуживания населения в тех местах, где этого не может сделать стационарный объект в силу своих габаритов, например в метро. Либо в силу того, что потребитель готов потратить определенное количество времени на приобретение определенной группы товаров, например так называемые товары "to go" (на ходу, англ.): вода, пресса, проездные билеты и тому подобное. Сезонные мероприятия также могут обслуживаться с помощью временных мобильных объектов, например фермерские ярмарки выходного дня.

Однако подводя итоги на сегодняшний день, можно заключить, что многие города Российской Федерации и стран СНГ действительно задыхаются в неконтролируемом

росте числа нестационарных объектов розничной торговли, а качество городской среды страдает от их хаотичного размещения. При этом борьба с такого рода объектами со стороны городских администраций ведется зачастую бессистемно и неэффективно, хотя и довольно отчаянно. И если не принять меры по организации новой системы получения разрешения на установку нестационарного объекта в городской среде, то можно с уверенностью прогнозировать, что незаконные сооружения будут продолжать возникать. Практика показала, что борьба с нелегальными торговыми точками сложна и требует массы усилий со стороны администрации. Кроме того процесс от момента обнаружения нелегальной торговой точки до ее ликвидации довольно сильно растянут во времени, так как в такого рода вопросах участвуют органы судебной власти, а сторона ответчика при желании может искусственно затягивать процесс рассмотрения дела. Таким образом, если городские власти не могут эффективно бороться с нелегальной установкой, то необходимо максимально упростить процедуру получения разрешения. Однако, с другой стороны не стоит пускать процесс регистрации на самотек. Администрациям городов необходимо поддерживать баланс между насыщенностью территорий нестационарными торговыми пунктами, спросом на предоставляемые ими услуги и характеристиками городской среды, находящейся под влиянием торговых киосков. Одним из инструментов такого менеджмента могут служить рекомендательные направления от администрации предпринимателям по смене локации (из районов перенасыщенных торговыми объектами в развивающиеся районы). Таким образом можно достичь результатов по улучшению качества благоустройства городских территорий при этом сохраняя рабочие места и сами предприятия торговли. Предприниматели в свою очередь должны также исполнять ряд требований предъявляемых администрацией, в которых заинтересованы всё городское сообщество, например к внешнему виду объектов и функциональной насыщенности. Перечень требований должен определяться группой экспертов (консультанты для каждого административного района) персонально для каждого отдельного объекта, опираясь на регламент данной территории, тезисно задающий параметры и характеристики необходимых объектов, а так же, при необходимости, на мнение сообщества местных жителей. Создание именно группы экспертов позволит избежать возможных злоупотреблений властью и развития коррупции. Этого можно добиться, например, постоянной ротацией экспертов по районам города, или включением в постоянную группу стороннего наблюдателя на добровольной основе.

В целом, в нынешней ситуации при правильной расстановке акцентов в работе, опираясь на социологические исследования и анализ потребительского спроса, можно довольно оперативно выстроить алгоритм взаимоотношений между предпринимателями, сообществом и администрацией городов, которая бы позволила настроить развитие системы обслуживания общества в городской среде на путь устойчивого развития и постепенного перехода массового сектора торговли в более цивилизованную форму территориальной организации.