



**В.Р. Головачёв,**  
президент Ассоциации  
«Нижегородский хлеб»



## О ВОЗВРАТАХ И ДРУГИХ «ТОРМОЗАХ» ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Критериями доступа российских сельхозпроизводителей на внутренний и внешний рынок являются качество, безопасность, ассортимент, цена, упаковка и логистика.

Для успешной работы необходимо взаимопонимание всех участников рынка в цепочке сельхозпроизводитель – сельхозтоваропроизводитель (переработчик) – торговые сети – государство (правительство).

Для выпуска конкурентного продукта на рынок необходимо иметь продовольственную пшеницу 3-го класса. К сожалению, понятие «зерно 3-го класса» в отчётности по сбору зерновых практически отсутствует. В результате, для получения качественной муки требуется ввоз зерна в качестве улучшителя из других регионов и уже на этом этапе идёт удорожание продукта. Даже рожь – исконно русский злак, а чаще – ржаную муку, приходится закупать в Республике Беларусь.

Из-за нестабильного качества сырья страдает качество хлебобулочных изделий, возникает необходимость с помощью технологических приёмов исправлять создавшееся положение на стадии тестоприготовления.

На хлебопекарном рынке существует здоровая конкуренция. Индустриальное хлебопечение, оснащённое высокотехнологичным оборудованием, работающее с соблюдением санитарных норм и правил, входного и выходного контроля сырья и готовой продукции, может обеспечить не только внутренний, но и внешний рынок продукцией длительного хранения (заварные хлеба, кексы, баранки, сушки, пряники и пр.).

К сожалению, есть препятствия, искусственно созданные нашим законодательством. Для работы высокопроизводительных автоматизированных линий крайне необходим стабильный объём.

Но госзаказ выигрывают те, кто гарантирует самую низкую цену (где и как произведено – неважно) и самый убогий ассортимент.

Торговые сети, кроме определённых преференций, требуют продукцию по заведомо низкой цене для работы по СТМ, тем самым снижая выработку высококачественных и обогащённых нутриентами и витаминами хлебобулочных изделий.

100 %-ные возвраты хлебной продукции наносят материальный и моральный ущерб не только предприятиям, но и государству. Этот ежегодный ущерб в масштабе страны в стоимостном выражении составляет около 50 млрд руб., а в натуральном – 3 млн т зерна.

Явное затягивание внесения в Закон о торговле изменений, касающихся запрета возвратов, лоббируется в интересах некоторых «персоналий», но не производителей и государства (за рубежом, например, возврат хлеба запрещён).

В период перехода на новые условия предприятия должны корректировать объём и ассортимент вручную. Эти издержки предприятиями уже оплачены с 5–10%-ной скидкой. Продукт, бывший в употреблении, нельзя перерабатывать в ущерб качеству готовых изделий, здоровья и безопасности населения, а также ухудшения санитарных требований.

Прочитав и внимательно изучив основные положения заключения Палаты по результатам общественной экспертизы, невольно возникают десятки вопросов: кто проводил экспертизу, как представляется «саморегулирование» и т.д. Снижение и даже ликвидация возвратов, например, в Москве от X5 Retail Group и «Магнита» достигнута не методом саморегулирования, а волевым решением: между сетевым ритейлером, Российской гильдией пекарей и кондитеров (РосПиК) и Российским Союзом пекарей.

По имеющейся у нас информации, основным поставщиком хлебобулочных и кондитерских изделий в торговой сети являются промышленные предприятия производительностью не менее 10 т/сут.

Во взаимоотношениях с торговыми розничными сетями саморегулирование происходит в одностороннем порядке, в основном со стороны сетевого ритейла. Он диктует и навязывает всё, что ему выгодно, доходно и удобно.

В Нижегородской области нет офиса сетевой компании «Ашан», поэтому все вопросы приходится решать в Москве, но при этом телефон либо не доступен, либо занят, хотя один из гипермаркетов «Ашан» находится рядом.

Офис магазина «Магнит» в Нижегородской области есть, однако, там ничего не решают, только в Краснодаре, куда нужно ехать или лететь, при условии, если разрешат и примут.

Разве это саморегулирование?!

На любые просьбы готов отказ в сотрудничестве: в уменьшении ассортимента, сокращении торговых точек и другие санкции.

Если сетевая компания X5 Retail Group идёт на снижение возвратов, то взамен она требует скидку, равную примерно сумме своих убытков.

И таких примеров можно привести много!

Поэтому законопроект «Об основах регулирования торговой деятельности в РФ» необходимо принять, и только этот путь позволит решить проблему с необоснованными потерями товарного и зернового сырья, оборотных средств, энергоресурсов и повысит прибыль хлебопекарных предприятий и, как следствие, объёмы собираемых налогов.

Однако существуют ещё дополнительные нагрузки на промышленное хлебопечение:

- конкуренция с недобросовестными производителями хлебобулочных изделий, которые, производя аналогичный продукт, работают в непригодных помещениях, находятся на льготном налогообложении и в особых санитарных и пожарных условиях. Такие «слепленные» производства вносят дисбаланс в ценовую политику выпускаемых изделий, снижая тем самым налогооблагаемую базу добросовестных производителей. Согласно статистике, в год создаётся 1000 мини-производств, а ликвидируется – 999, и работают они на рынке, в лучшем случае, 1,5–2 года. В итоге, абсурд: кто не платит налоги и имеет минимальную заработную плату – того государство поощряет, а кто имеет весь социальный пакет

и среднюю заработную плату по стране, тот получает дополнительные нагрузки;

- налоги (без льгот), завышенные тарифы, всевозможные аттестации, аудит со стороны торговых сетей (рычаг давления), содержание резервных мощностей, тахографы для пополнения негосударственного «кармана», бонусы «за полку» в торговых сетях в виде дополнительных скидок, проверки контролирующих органов и т.д.

Тем не менее, при всех положительных тенденциях развития АПК сельхозтоваропроизводителям необходима помощь государства. Почти все вопросы можно решить без проволочек со стороны чиновников. Например, принимаются «драконовские» законы: для торговли, автотранспорта, налогам на имущество, на поднятие цен на ЖКХ, транспортировку, энергоносители и т.п. быстро, почти без поправок, в первом чтении и в пользу кого угодно, только не товаропроизводителей.

Законы о запрете возвратов принимаются в течение трёх лет; об отмене установки тахографов – пяти лет; изменения условий конкурсов и аукционов для получения государственного заказа – трёх лет. Законы же о снижении кредитной ставки и отмены таможенных пошлин на импортное оборудование не проходят даже на уровне нулевого чтения, как и закон о возврате непроданной продукции.

Все эти издержки и повышения закладываются в цену выпускаемого товара – качественного, красивого,

безопасного, но дорогого, который становится неконкурентным на рынке. Это и есть «тормоз», не позволяющий увеличить сбыт отечественного продукта на внутреннем рынке и, тем более, на внешнем.

Пока статья готовилась к печати прошло очередное мероприятие – круглый стол на тему «Обсуждение проекта заключения по результатам общественной экспертизы проекта федерального закона № 364444–7 «О внесении изменений в ст. 5 ФЗ «О развитии сельского хозяйства» и ст. 13 ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (в части дополнения основных направлений государственной аграрной политики и установления запрета на возврат поставщику продовольственных товаров, не проданных по истечении определённого срока).

Результаты не утешительны. Производители не в состоянии выработать единую позицию в отношении возвратов. И если хлебопёки однозначно выступают за запрещение возвратов, то некоторые производители мясной и молочной продукции готовы принимать обратно нереализованную продукцию, чем тут же воспользовались представители ритейла.

Поскольку закон не может быть принят для отдельного вида продукции, то остаётся единственная возможность распространить его только для скоропортящейся социальной продукции со сроком реализации до 7 сут, к которой естественно относится и хлеб.

