

Предложения Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» для включения в Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации

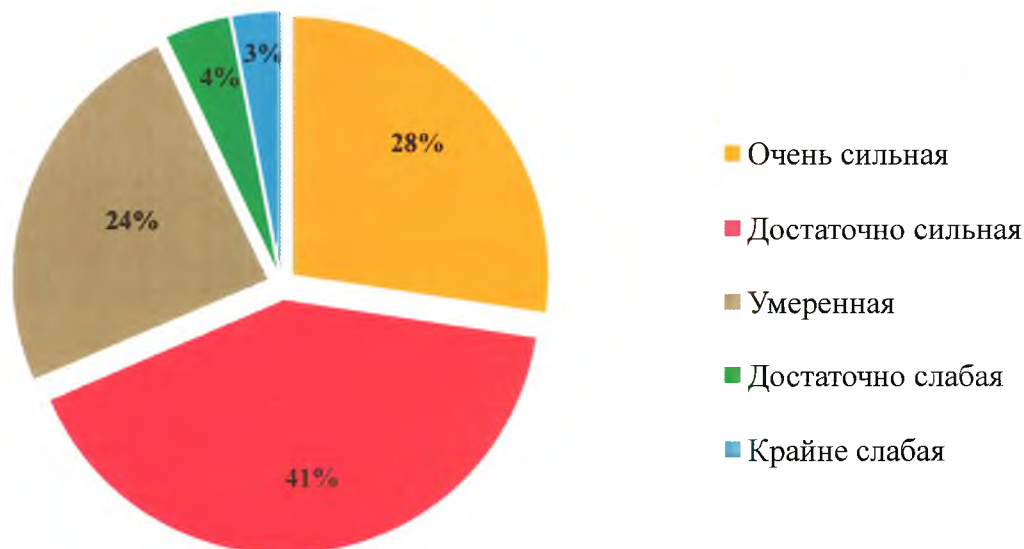
«ОПОРА РОССИИ» в рамках ежегодного мониторинга состояния предпринимательского климата провела опрос среди субъектов малого и среднего предпринимательства о состоянии конкуренции в России. По итогам опроса, проведенного в феврале 2017 года, необходимо отметить, что для предпринимателей ужесточение конкуренции продолжает оставаться одной из основных проблем бизнеса. Наиболее остро проблема ужесточения конкуренции наблюдается у предпринимателей, занятых в сфере торговли (24%), а также в сфере транспортных услуг, строительства и недвижимости (11%). Многие сферы предпринимательской деятельности отметили ужесточение конкуренции как основную проблему за последний год.

Отрасли, где отметилось ужесточение конкуренции



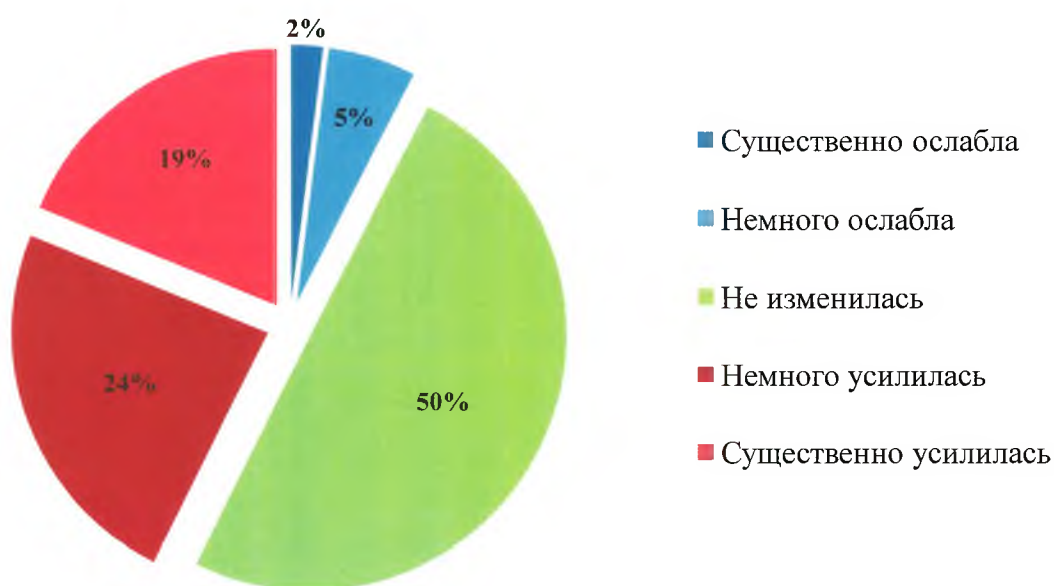
Большинство респондентов (69%) оценивают конкуренцию как достаточно сильную и очень сильную. Это на 7 % больше чем в прошлом году. В целом оценка конкуренции среди предпринимателей выглядит следующим образом:

Оценка уровня конкуренции



Как следует из ниже представленной диаграммы, 43% опрошенных предпринимателей считают, что в последние три месяца конкуренция усилилась. По сравнению с прошлым годом, когда никто из респондентов не отметил существенного ослабления конкуренции, в этом году 2% предпринимателей указали на существенное ослабление конкуренции в своей отрасли.

Изменения уровня конкуренции за последние три месяца



Как следует из ниже представленной диаграммы, наиболее сильная конкуренция наблюдается в сферах транспортных услуг, СМИ, услуг связи и недвижимости.

Оценка уровня конкуренции как достаточно и очень сильная (в % от общего числа респондентов по отрасли)



Чаще усиление конкуренции отмечали в сфере недвижимости (83%), услуг связи (75%) и информационных технологий (60%). Ниже представлена диаграмма, иллюстрирующая процент предпринимателей по отраслям, которые отметили усиление конкуренции за последние три месяца.

Усиление конкуренции по отраслям (в % от общего числа респондентов по отрасли)



Считаем, что вышеуказанные данные должны быть отражены в Докладе о состоянии конкуренции в Российской Федерации.

Также просим внести в Доклад темы, касающиеся следующих отраслей предпринимательской деятельности и законодательства:

1. Сфера закупок.

1. В течение 2016 года в «ОПОРУ РОССИИ» неоднократно поступали жалобы членов организации, связанные с наличием острой проблемы **демпинга цен** в сфере закупок в рамках Федеральных законов от 05.04.2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

Несовершенство действующего федерального законодательства приводит к тому, что за счет ценового демпинга право на заключение государственных контрактов, зачастую, **выигрывают компании, не имеющие подготовленных кадров и соответствующих ресурсов для их исполнения.** Такие компании формально могут соответствовать требованиям участия в закупочных процедурах, но фактически не имеют собственных ресурсов для исполнения условий контрактов и, как правило, после заключения государственного контракта предлагают его исполнить третьим лицам, среди которых могут оказаться и другие участники конкретной закупочной процедуры. Добросовестные участники закупок, которые действительно владеют необходимыми ресурсами для исполнения контракта, определяя нижний порог стоимости своих услуг, ориентируются на реальные возможности и объективность ценообразования. Предприниматели отмечают, что к ним часто обращаются «формальные» победители конкурсных процедур с предложениями исполнить контракт, однако им в основном отказывают, так как предложенная ими оплата значительно ниже рыночной. В таких случаях в ходе исполнения государственного контракта существенно **снижается качество проводимых работ** (например, несоблюдение технологических процессов), **поставляемых товаров или оказываемых услуг** (например, за счет привлечения нелегальной рабочей силы).

Необходимо отметить, что в ряде отраслей снижение цены контракта доходит до шестидесяти и более процентов. При этом сами заказчики могут жаловаться на недостаточный уровень качества оказываемых услуг (работ, поставляемых товаров) и низкий уровень ответственности исполнителя перед заказчиком.

На наш взгляд необходимо организовать рабочую группу в целях выработки мер, направленных на сокращение доли участников закупок, которые не имеют в достаточной мере ресурсов для исполнения государственных контрактов.

2. Также предприниматели, участвующие в закупках, требующих допуск к государственной тайне, сталкиваются проблемами получения или продления лицензии на допуск к государственной тайне для исполнения государственного контракта.

Для получения лицензии необходимо иметь заказчика работ, так как пп. «а» п. 5 Положения о лицензировании деятельности предприятий, учреждений и организаций по проведению работ, связанных с использованием сведений, составляющих государственную тайну, созданием средств защиты информации, а также с осуществлением мероприятий и (или) оказанием услуг по защите государственной тайны, **требует указать в заявлении о выдаче лицензии сведения о наличии допуска к государственной тайне у руководителя предприятия.** Согласно пп. «в» п.13 Инструкции о порядке допуска должностных лиц и граждан Российской Федерации к государственной тайне **решение о допуске к государственной тайне руководителей негосударственных организаций принимает заказчик работ с использованием сведений, составляющих государственную тайну.**

Таким образом, организация может получить доступ к государственной тайне только после заключения контракта с заказчиком работ, для заключения которого предварительно требуется наличие лицензии на проведение работ, связанных с использованием сведений, составляющих государственную тайну.

В настоящее время, чтобы участвовать в закупках, многие предприниматели стараются использовать лицензию, полученную ранее для исполнения других контрактов, и вовремя ее продлевать. Однако и в данной ситуации многие сталкиваются с проблемой **получения подтверждения степени секретности от заказчика,** обязанность по выдаче данного документа которого предусмотрена п.6 Типового регламента по подтверждению степени секретности сведений, одобренного решением Межведомственной комиссии по защите государственной тайны от 15.10.2012 №247. Порой заказчики формулируют текст государственного контракта **некорректно, из-за чего впоследствии ответственные государственные органы не могут подтвердить степень секретности сведений, доступ к которым предполагается в ходе исполнения контракта.** И, как следствие, заказчик не может представить исполнителю документ, подтверждающий степень секретность, а тот в свою очередь передать его в составе комплекта документов на получение (продление) лицензии.

Считаем, что необходимо пересмотреть процедуру получения лицензии на доступ к государственной тайне для исполнения государственного контракта, в целях устранения вышеуказанных проблем.

2.Жилищно-коммунальное хозяйство.

1.Одной из основных проблем члены организации обозначили **необходимость уточнения понятия «общедомового имущества».**

Деятельность предприятий субъектов малого и среднего предпринимательства, оказывающего услуги жителям многоквартирных домов, ставится в зависимость от решений управляющих организаций, осуществляющих управление многоквартирными домами. Используя свои полномочия, управляющие организации перераспределяют рынок в пользу

лояльных им организаций, в том числе аффилированных с руководством управляющих организаций.

В настоящее время назрела необходимость уточнения понятия «общедомовое имущество» по причине того, что жители многоквартирных домов могут заключать договоры на оказание каких-либо услуг в отдельно взятом подъезде (например, установка видеодомофона).

Ранее до вступления в силу Жилищного Кодекса Российской Федерации жители каждого подъезда могли самостоятельно решить, с кем заключить договор на оказание услуг, и какое оборудование установить в своем подъезде.

После вступления в силу Жилищного Кодекса Российской Федерации, с 2005 года управляющие организации стали заявлять, что обслуживание такого оборудования входит в их обязанности в силу закона, так как это имущество обслуживает более одного помещения в многоквартирном доме и является общим, а заключенные подрядчиками договоры обслуживания являются недействительными, так как заключены по каждому подъезду.

Таким образом, **деятельность подрядчиков поставлена в зависимость** от управляющих организаций, то есть деятельность одних субъектов рынка административно зависит от других субъектов рынка **имеющих административные преимущества перед ними**, что вступает в противоречие с духом антимонопольного законодательства основанного на равенстве всех участников рынка.

Подрядчики заявляли, что имущество, приобретенное жителями одного подъезда, является имуществом тех жителей, которые его приобретали, и поэтому не относится к общему, а заключенные с жителями договоры не расторгнуты, никем не обжалованы и действуют в неизменном виде.

В настоящее время сложилась противоречивая административная и судебная практика. В ходе рассмотрения возникающих споров принимают диаметрально противоположные решения, относя подобное оборудование как к общедомовому, так и к имуществу жителей отдельного подъезда.

Таким образом, существующие нормы, не позволяют сделать однозначный вывод об отнесении того или иного имущества дома к составу общего, а критерии общего имущества (обслуживание более одного помещения в многоквартирном доме) является «размытыми» и не всегда могут быть применены однозначно.

Кроме того, неопределенность в жилищном законодательстве в указанной части, предоставляет управляющим организациям возможность, используя свое положение, перераспределять рынок обслуживания домового оборудования в пользу того или иного подрядчика, без учета мнения собственников.

2. Обращаем внимание на проблему роста платежей со стороны потребителей за счет изменения методики определения объемов потребляемых ресурсов.

Субъекты предпринимательской деятельности, эксплуатирующие нежилые помещения в многоквартирных домах в ряде регионов (например, Челябинская область, Забайкальский край) в период отопительного сезона

2016-2017 гг. столкнулись с существенным ростом платежей за тепловую энергию. Данная проблема возникла в связи с внесением изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 06.05.2011 № 354 «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов».

Ранее субъекты предпринимательской деятельности, установившие индивидуальные приборы учета (ИПУ), оплачивали тепло согласно показателей ИПУ. Поправками, внесенными постановлением Правительства Российской Федерации от 29.06.2016 № 603, предусматривается обязанность предпринимателей оплачивать тепловую энергию не только за тепло, потребленное по индивидуальному прибору учета, но и оплачивать ресурсоснабжающей организации или управляющей компании платеж за общедомовые помещения пропорционально занимаемой площади.

Рост платежей за тепловую энергию также связан с введением повышающего коэффициента 1,5 при расчете размера платы за коммунальную услугу в случае, если многоквартирный дом не оборудован общедомовым прибором учета. В отдельных субъектах Российской Федерации доля домов, оборудованных общедомовыми приборами учета, не превышает 30 %. При этом стоит отметить, что во многих субъектах Российской Федерации тариф на тепловую энергию различается для населения и «прочих» потребителей, к которым относятся субъекты предпринимательской деятельности, оплачивающие тепловую энергию по более высокому тарифу (перекрестное субсидирование по теплу).

Сравнительный анализ выставленных счетов за текущий отопительный сезон и аналогичный период предыдущего года показал рост платежа в 2-11 раз.

Кроме того, правилами предоставления коммунальных услуг несправедливо уравниваются тарифы на тепло в отапливаемых нежилых помещениях и в подвальных помещениях, не оборудованных приборами отопления, в которых проходят исключительно общедомовые коммуникации. На сегодняшний день такие помещения не отапливаются, но, несмотря на это, начисления производятся по нормативу исходя из площади помещения.

Резкий рост платежей за тепловую энергию может привести к сворачиванию бизнеса у предпринимателей, эксплуатирующих нежилые помещения в многоквартирных домах.

По нашим оценкам, аналогичная проблема, связанная с существенным ростом платежей, может возникнуть и с 1 июля 2017 г. в отношении платы за водоотведение после вступления в силу принятых постановлением Правительства РФ от 26.12.2016 № 1498 очередных поправок в постановление Правительства Российской Федерации от 06.05.2011 № 354.

3. Деятельность бюджетных учреждений и организаций.

1. По-прежнему сильным негативным фактором, влияющим на развитие здоровой конкуренции, остаются государственные и муниципальные унитарные предприятия (далее ГУП, МУП), автономные

некоммерческие организации и иные организации, чье финансирование осуществляется по сметам за счет средств соответствующих бюджетов.

Существование государственных и муниципальных унитарных предприятий является серьезной проблемой для развития конкуренции в России. ГУП (МУП), обладая тесными взаимоотношениями с государственными и муниципальными органами власти, могут монополизировать конкурентные рынки, последовательно вытесняя с них других предпринимателей.

По нашему мнению процедура создания новых ГУП (МУП) должна быть жестко урегулирована. Считаем, что новое ГУП или МУП может быть организовано только в случае, если данное предприятие создается для осуществления деятельности на товарном рынке с недостаточно развитой конкуренцией. Фактически создание нового унитарного предприятия должно быть согласовано с ФАС России, которое даст свое заключение относительно низкого уровня конкуренции (или ее отсутствия) в регионе или на отдельном товарном рынке.

Помимо контроля в ходе создания новых ГУП (МУП), считаем необходимым провести оценку деятельности уже существующих предприятий на предмет целесообразности их дальнейшего существования. В целях проведения подобной «ревизии» необходимо сформировать Единый перечень государственных и муниципальных предприятий с указанием кодов ОКВЭД, чтобы можно было провести анализ влияния данного предприятия на соответствующий рынок.

4. Торговля

1. Эквайринг.

На сегодняшний день доля безналичных платежей в развитых странах составляет более 90% (Франция – 92%, Бельгия – 93%, Канада – 90%, Великобритания – 89%, Бельгия – 89%)¹. Причем, основным средством платежей выступают пластиковые карты. Не менее активно развиваются рынки электронной коммерции и на территории России. Так, доля безналичных платежей в общей денежной массе на территории Российской Федерации уже составляет 29%, общий объем безналичного оборота в 2015 году составил \$481 млрд.²

Развитие безналичных оплат стимулирует движение товарных рынков в сторону обеления, применения прозрачных и законных схем работы, повышения собираемости установленных на территории России налогов, укрепления позиций цивилизованных участников рынка и вывода из тени недобросовестных игроков.

Вместе с тем, сохраняется ряд факторов, препятствующих работе с безналичной выручкой, одним из которых является высокая стоимость обслуживания безналичных платежей по сравнению с наличным оборотом.

На сегодняшний день в интернет-торговле 97% занимают непродовольственные товары. Стоимость торговой уступки (эквайринга) для

¹ <http://www.worldatlas.com/articles/which-are-the-world-s-most-cashless-countries.html>

² по данным ЦБ РФ

таких интернет-магазинов варьируется от 1,6% до 3,5% в зависимости от оборотов компании (при этом ставка в 1,6% доступна только компаниям с многомиллиардными оборотами). Для сравнения, совокупная стоимость обслуживания наличного оборота составляет от 0,1% до 0,5%.

Высокая стоимость эквайринга стимулирует развитие конкурентного неравенства между добросовестными (обязанными принимать безналичные платежи) и недобросовестными компаниями, работающими только за наличный расчет.

Необходимо отметить, что для операций проводимых одной и той же банковской картой установлены различные тарифы. Например, при оплате простой дебетовой картой с чипом MasterCard продовольственных товаров межбанковская комиссия составляет 1,3%, при оплате бензина – 1,2%, при оплате услуг турагентства - 1%, а при заказе еды в предприятии быстрого питания – 0,5%. Самые высокие тарифы установлены для ритейлеров, реализующих непродовольственные товары (98% всего объема интернет-торговли в России). Так, при оплате одежды, бытовой техники или электроники межбанковская комиссия составляет 1,6%.

Налицо ситуация, в которой платежная система создает торговым предприятиям разные условия для доступа на товарный рынок услуг эквайринга при обслуживании безналичных расчетов между торговыми предприятиями и держателями банковских карт. Разные условия создаются фактически по отраслевому признаку, когда за транзакцию при покупке одной категории товаров устанавливается в разы большая межбанковская комиссия, нежели за покупку другой категории товаров.

Таким образом, международные платежные системы создают дискриминационные условия для компаний занятых в непродовольственном секторе, ставя их в неравное положение по сравнению с предприятиями быстрого питания, компаниями, осуществляющими продажу продовольственных товаров и прочими компаниями, для которых ставка interchange установлена на более низком уровне.

Более того, столь высокие ставки межбанковской комиссии создают неравные условия конкуренции для банков. Так как банки, имеющие высокую степень эмиссии, могут предлагать стоимость эквайринга ниже межбанковской комиссии, так как эквайринг собственной карты обходится банку в фиксированную небольшую стоимость. В результате подобной ситуации доступ небольших банков с инновационными продуктами на рынок оказывается закрыт, что приводит к невозможности цивилизованного развития рынка банковских услуг.

Во многих странах мира органы государственной власти уже обращали внимание на монопольное и необоснованное установление ставок interchange платежными системами. Так, в странах Евросоюза разбирательства антимонопольных органов привели к законодательному ограничению максимальных ставок межбанковской комиссии на территории всего Евросоюза на уровне 0,2% для дебетовых и 0,3% для кредитных карт вне зависимости от категории приобретаемых товаров. Данные комиссии были выбраны по результатам проведенного исследования о безразличности для

ритейлера приема оплаты наличными или безналичным способом. Такой тест позволяет оценить, при какой комиссии затраты ритейлера будут сопоставимы при приеме денежных средств от покупателя в любом формате. Этот подход позволяет создать условия на рынке, где ритейлер будет заинтересован в приеме безналичных средств. Кроме того, государственное регулирование деятельности международных платежных систем было установлено в США, Канаде, Австралии и ряде других стран. В этих странах распространен подход, при котором ограничивается предельная ставка межбанковской комиссии.

Для устранения сложившейся проблемы необходимо законодательное регулирование ставок межбанковской комиссии на одинаковом уровне, вне зависимости от товарной категории.

2. В ноябре 2016 года «ОПОРА РОССИИ» провела мониторинг реализации принятого Федерального закона от 3 июля 2016 года № 273-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» и в «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях», которым предусмотрено новое регулирование взаимоотношений между поставщиками и торговыми сетями.

Через все региональные отделения организации был проведен опрос поставщиков с целью выяснения состояния переговорного процесса по перезаключению договоров аренды с торговыми сетями.

В отношении изменений, произошедших в работе поставщиков с сетями за последнее время, ответы респондентов разделяются на две категории: либо переговорный процесс еще не начался (10 % респондентов) либо в ходе переговоров представители торговых сетей требуют предоставления скидки в связи со снижением размера ретробонуса. Согласно результатам опроса 90 % респондентов указывают на требование торговых сетей предоставить скидку на товар. Причем размер скидки, требуемый торговыми сетями, в большинстве случаев превышает размер ретробонуса, ранее установленный в договоре. В отдельных случаях размер требуемой скидки варьируется от 10 % до 30 % от стоимости товара. При этом ответы респондентов распределились следующим образом:

-30 % респондентов ответили, что требуемый размер скидки составляет 10 % или ниже;

-четверть респондентов столкнулась с требованием скидки в размере от 10 % до 18 %;

-10 % респондентов заявили о требовании предоставить скидку в размере от 18 % до 25 %;

-35 % поставщиков респондентов столкнулась с требованием скидки в размере от 25 % до 30 %.

Торговые сети в ряде случаев (60 % респондентов) предоставляют поставщикам расчет-обоснование размера скидки. Данный расчет, как правило, обосновывается необходимостью отказа от ретробонуса. Однако, расчет размера скидки предоставлялся торговыми сетями менее чем в половине случаев (40 % респондентов).

Все опрошенные предприниматели считают требование предоставить скидку несправедливым.

По результатам анализа ответов респондентов можно выделить позитивные и негативные моменты.

Позитивные моменты:

- сокращение сроков оплаты.
- переход на прямую торговую наценку без бэк-маржи.

Негативные моменты:

- Федеральный закон № 273-ФЗ так и не решил основную проблему во взаимоотношениях поставщиков и ритейлеров - злоупотребление торговых сетей своим доминирующим положением на рынке (требования скидок, новые бэк-выплаты, увеличение стоимости услуг торговых сетей, отказ снижать цену на полку в случае согласия поставщика предоставить скидку). Респонденты и эксперты «ОПОРЫ РОССИИ» считают, что наиболее гибкую политику из всех сетей ведёт X5 Retail Group. По мнению большинства опрошенных, они единственные, кто готовы и идут на снижение цен на полке в ответ на получение скидки.

- сложно идет переговорный процесс у малых поставщиков и производителей, работающих с торговыми сетями через дистрибьютеров. У большинства малых поставщиков, поставляющих в торговые сети через дистрибьютеров одну или несколько товарных позиций, нет прямых договоров с торговыми сетями, нет возможности обеспечить собственную поставку в каждую торговую сеть. Дистрибьютеры отказывают малым предприятиям в организации переговорного процесса, не желая оказывать давление на торговую сеть. При этом указывают на то, что на отношения малого поставщика и дистрибьютера не распространяется 5-процентное ограничение ретробонуса, поскольку дистрибьютер не является торговой сетью. Попытки малых поставщиков (производителей) заключить прямой договор поставки с торговой сетью оказываются нереализуемыми из-за требования торговыми сетями платы за заключение прямого договора (так называемый «входной билет»).

- в новых договорах торговые сети существенно (до 15 % от стоимости товара) увеличивают штрафы за некорректные документы, расхождения в наименованиях при поставке, недопоставках в промо-акции.

Стоит отметить, что помимо поставщиков, **растущим влиянием торговых сетей** озабочены представители малого и среднего предпринимательства в сфере торговли. Особенно сильно данная проблема встает в населенных пунктах, где численность населения и их покупательская способность относительно невелика. Как правило, появление торговой сети в малонаселенном пункте сразу влияет на местные небольшие магазины, вынуждая их сначала снижать цены на свою продукцию, и впоследствии закрываться.

В текущем году эксперты «ОПОРЫ РОССИИ» планируют уделить больше внимания данной проблеме и выработать предложения по ее устранению.

3.Еще одной проблемой, над решением которой «ОПОРА РОССИИ» планирует работать в 2017 году, является **трансграничная торговля** (доставка товаров из зарубежных интернет-магазинов перевозчиками или в международных почтовых отправлениях напрямую физическим лицам на территорию России).

Существует целый ряд факторов способствующих развитию трансграничных продаж, однако только за счет отсутствия фискальной нагрузки и прочих накладных расходов маржинальность данного вида бизнеса выше локальной онлайн торговли более чем на 30%.³ Такое положение дел ставит в неравные условия российских ритейлеров и производителей по отношению к иностранным компаниям.

В связи с тем, что данный вид деятельности фактически не обременен фискальной нагрузкой объем трансграничной торговли за последние 6 лет вырос в 15 раз и с учетом текущих темпов роста составит 320 млрд. рублей в 2016 году. Доля зарубежных ритейлеров в общем объеме рынка интернет-торговли составляет уже 35% (по итогам 2016 г.), вместо 8% в 2010 году.⁴

Наибольшему давлению со стороны офшорной торговли подвержены производители и продавцы товарных категорий, которые удобно доставлять в почтовых отправлениях. Так, по итогам 2015 года доля налогонеоблагаемой торговли в сегментах малой бытовой техники и электроники составила 9% (70,9 млрд руб.) от всего розничного оборота данной категории в РФ (796 млрд руб.), одежды - 4,2% (51,2 млрд руб.), обуви – 3,2% (25,5 млрд руб.) соответственно.⁵

Кроме того, наличие данных диспропорций стимулирует вывод деловой активности за рубеж. На сегодняшний день возможность использования механизма безналоговой торговли из офшорных зон привела к тому, что интернет-ритейлеры начали открывать трансграничные каналы продаж: регистрировать юридические лица в сопредельных странах за периметром ЕАЭС и реализовывать товары из-за рубежа напрямую физическим лицам в Россию, сокращая свои издержки на уплату ввозного НДС, пошлин, сертификацию и другие накладные расходы.

4. Действующий в настоящее время **запрет реализации табачной продукции в киосках**, наложенный Федеральным законом от 23.02.2013 №15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», негативно сказался на отрасли малой торговли. Количество индивидуальных предпринимателей, торгующих пищевыми продуктами, в том числе табачными изделиями в нестационарных торговых объектах, сократилось с 2013 года на 11% (по данным Росстата), занятых в торговле периодическими печатными изданиями (киоски с печатными СМИ традиционно имели в своём

³ Все товарные поставки из-за рубежа декларируются как товары для личного пользования и не облагаются налогами и таможенными пошлинами, в случае если по стоимости не превышают 1000 евро или 31 кг веса в месяц на человека (99,5% приобретаемых за рубежом товаров не превышают этой нормы). Отсутствует необходимость сертифицировать товар, сопровождать его гарантийным обслуживанием и т.п.

⁴ по данным Ассоциации компаний Интернет-торговли

⁵ по данным Ассоциации компаний Интернет-торговли

ассортименте табачную продукцию) – на 31%, а общее число малых торговых точек (площадью менее 50 кв. м.) сократилось почти в 3 раза.

Исключение табака из ассортимента киосков существенно подорвало рентабельность субъектов малого бизнеса. В общей товарной структуре оборота розничной торговли доля табачных изделий (2%) сопоставима с такими продовольственными группами, как цельномолочная продукция (2,3%) и хлеб и хлебобулочные изделия (2,2%). Для предприятий малой торговли табачная продукция является якорной, одной из основных категорий товаров повседневного спроса, и формирует стабильный поток потребителей. Разрушение ассортиментной матрицы привело к тому, что часть потребителей, в чью потребительскую корзину входят сигареты и пиво перестали посещать малые торговые форматы.

Другой важнейшей проблемой отрасли является **ограничение розничной торговли табачной продукцией на расстоянии менее чем сто метров** по прямой линии без учета искусственных и естественных преград от ближайшей точки, граничащей с территорией, предназначенной для оказания образовательных услуг. Целью введения данного запрета для розничной торговли было обозначено ограничение доступа несовершеннолетних к табаку, табачной продукции и табачным изделиям. Однако действующий запрет продажи табачной продукции несовершеннолетним в совокупности с запретом открытой выкладки и демонстрации табачной продукции в торговом объекте уже решают поставленную законодателем задачу – табачная продукция недоступна несовершеннолетним для покупки и визуального контакта с ней. Исходя из этого, запрет на розничную торговлю в пределах 100 метров от территорий образовательных организаций является на сегодня избыточным и неактуальным при очевидно негативных последствиях для предпринимателей.

Необходимо отметить, что в условиях отсутствия законодательно установленного единого алгоритма расчета расстояния «стометровой зоны», в субъектах России не только произвольным образом измеряют расстояние от магазина до учреждений образования, но и прибегают к манипуляциям при классификации таких учреждений. Например, при наличии в лицензии частных медицинских центров разрешения на оказание услуг детям, случаются попытки применения «правила ста метров» и к ним.

«ОПОРА РОССИИ» считает необходимым пересмотреть на федеральном уровне действующую норму в сторону сокращения дистанционных ограничений при торговле табачной продукцией со 100 до 25 метров, а также уточнить, что запрет на торговлю действует только при нахождении торговой точки рядом со школами или приравненным к ним учреждениям, где обучаются несовершеннолетние, и не касается таких мест оказания образовательных услуг, как, например, высшие учебные заведения, курсы повышения квалификации и прочих.

5. Добровольная сертификация.

1. В настоящее время крупные государственные корпорации открыли для публичного доступа списки планируемых к закупке товаров и услуг.

Открытые списки значительно упростили поиск закупок для предпринимателей, но при этом у субъектов малого и среднего предпринимательства практически отсутствует возможность в них участвовать и заключить государственный контракт. Это связано с тем, что почти все крупные заказчики требуют прохождения подрядчиками добровольной сертификации для установления соответствия стандартам заказчика в одобренных ими организациях. Стоимость услуг сертификации в таких организациях необоснованно высокая (доходит до полутора миллионов рублей, в то время как обычная сертификация в рамках «национальной системы» обойдется в триста тысяч рублей).

Помимо высокой стоимости часто предъявляют необоснованные требования к продукции (услугам) и могут целенаправленно затянуть процесс сертификации до окончания закупочных процедур в интересах лояльных организаций. Учитывая специфику товаров (услуг), поставляемых именно малыми и средними предпринимателями, стоит отметить, что зачастую предмет закупки не требует «особых» процедур сертификации, которые могут оказать только одобренные заказчиками организации.

Небольшие компании вынуждены тратить огромные суммы на получение сертификатов в различных органах, чтобы иметь доступ к поставкам в определенные организации. Сейчас в России насчитывается свыше двух тысяч систем добровольной сертификации. Такая система является серьезным барьером для развития компаний.

В качестве примера можно привести систему сертификации Газпрома – ГАЗПРОМСЕРТ, разрешительный документ которой необходим, чтобы быть поставщиком для объектов корпорации. При этом сама система не зарегистрирована в Росаккредитации. Хотя аккредитация для систем добровольной сертификации и необязательна, фактически ее отсутствие приводит к ограничению возможностей предпринимателей. В частности, если предприниматель получил сертификат соответствия у организации, аккредитованной государством (что является обязательным), то он может по всей стране продавать свою продукцию любому заинтересованному лицу. Но в случае дополнительного требования заказчика получить сертификат в ГАЗПРОМСЕРТ, предприниматель, желающий быть их поставщиком, должен оплатить и получить второй сертификат на ту же продукцию. Если бы ГАЗПРОМСЕРТ была аккредитована в Росаккредитации, то предприниматель только один раз получал сертификат и оплачивал процедуру. Фактически предприниматель каждый раз платит, если работает с заказчиком, у которого есть своя система сертификации. Кроме того аккредитация системы добровольной сертификации является гарантом того, что такая организация подчиняется общим правилам. И в случае нарушения порядка проведения сертификации несет ответственность перед обратившимся к ней предпринимателем.

По нашему мнению решением вышеуказанной проблемы может стать ревизия систем добровольной сертификации и открытость их требований.