

МОСКОВСКОЕ ГОРОДСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ

**Мониторинг СМИ за период**

**с 1 по 28 февраля 2017 года**

**ПОДДЕРЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА**

 [**«Профиль»**](http://www.profile.ru/economics/item/114963-gospodderzhka-msp)

01.02.2017

**Обозначили поддержку**

**Правительство выделит малому и среднему бизнесу 7,5 млрд рублей субсидий в 2017 году**

В 2017 году малый и средний бизнес получит 7,5 млрд рублей субсидий. В 2016 году на эти же цели было потрачено 11 млрд рублей, в 2015 г. — 17 млрд, в 2014 г. — 20 млрд. Эксперты отмечают важность даже урезанного финансирования для малого и среднего бизнеса. При этом к формулировкам программы есть вопросы, а спрогнозировать эффективность субсидий чрезвычайно сложно.

Субсидии, которые будут распределены между 82 субъектами Российской Федерации, предоставляются в рамках подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства» госпрограммы «Экономическое развитие и инновационная экономика». Это следует из распоряжения, опубликованного на сайте правительства России.

Описывая предназначение подпрограммы, председатель правительства Дмитрий Медведев был краток.

«Малый и средний бизнес. Распределяется 7,5 млрд рублей на поддержку малого и среднего предпринимательства, в том числе так называемого молодежного предпринимательства. Цель — увеличить число людей, которые занимаются бизнесом, и создать предпринимателям благоприятные условия для развития своего дела», — сказал премьер на заседании правительства.

Деньги будут направлены на «софинансирование расходных обязательств» субъектов федерации. Помимо финансовой поддержки малым и средним предпринимателям (включая фермеров), деньги пойдут на организацию «предоставления услуг по принципу одного окна в целях создания, развития и поддержки» МСБ, софинансирование «капитальных вложений в объекты региональной и (или) муниципальной собственности». Планируется также, что средства будут потрачены на «содействие развитию молодежного предпринимательства».

«7,5 млрд на год — это много или мало? Это нормально по трем причинам, — говорит председатель Института МИРБИС Джомарт Алиев. — Первая — это большая сумма даже в абсолютном выражении. Вторая — очень ценно, что эти деньги идут в регионы. Третья — сейчас хороший момент для правительства, чтобы просигнализировать, что даже в такой год правительство готово поддерживать предпринимателей».

При этом, продолжает эксперт, остаются вопросы, на что и как будут расходоваться деньги. Сказано, что деньги пойдут на софинансирование объектов муниципальной и государственной собственности. «Но какое отношение имеет малый и средний бизнес к объектам муниципальной собственности? — задается вопросом Алиев. — Деньги пойдут на строительство нового муниципального центра поддержки малых предпринимателей? Идея софинансирования хороша, но софинансировать надо сами коммерческие проекты предпринимателей. Если бы это было софинансирование муниципальной доли проектов малого и среднего бизнеса, было бы понятней. Еще одна странность — продолжается история про организацию единого окна. Похоже, бюджетные деньги пойдут на создание рабочих мест для сотрудников районной администрации, консультантов, центров развития и так далее. Меня волнует эффективная ценность этих денег».

В распоряжении о субсидиях (№129-р) подробно расписаны суммы, выделяемые регионам. Различия в суммах весьма велики. Например, городу Севастополю полагается 40 миллионов 671 тысяча 689 рублей 2 копейки, тогда как Смоленская область сможет рассчитывать на 318 миллионов 303 тысячи 390 рублей 5 копеек.

Алиев также обращает внимание на большую разницу в выделяемых средствах. «Ингушетия и Кабардино-Балкария: на Ингушетию выделяется 9 млн, на Кабардино-Балкарию — 52 млн. Они правда в 6 раз различаются? — удивляется он. — Коми и Саха: Коми — 25 млн, Саха — 102 млн. И самый интересный пример: Амурская область получит 5,5 млн, Хабаровский край — 88 млн». Нужно наблюдать реализацию программы в течение года, чтобы сделать выводы, заключает эксперт.

«Это существенный объем, чтобы оказать эффективную поддержку, но если просто выделять субсидии, то значительного эффекта не будет, — говорит член совета московского отделения «Опоры России» Станислав Супрунов. — Нужно развивать систему поддержки предпринимательства и создавать благоприятный инвестиционный климат и экономические условия. Чем больше денег будет выделено на такую систему, тем эффективнее будет поддержка».

Оба эксперта в разговоре с «Профилем» указали на то, что финансовая поддержка предпринимателей сейчас приоритетна.

«Софинансирование важнее, чем создание среды или снятие административных барьеров и так далее, — уверен Алиев. — На мой взгляд, существующая экономическая среда для развития малого и среднего бизнеса совершенно точно не идеальна, но абсолютно работоспособна. У нас нормальная законодательная среда и нормальный набор правоприменительных практик для того, чтоб люди могли развиваться. А вот помочь им развиваться нужно самым дефицитным в стране ресурсом — длинными деньгами. Сейчас мы в разы уступаем не то что США, а даже Польше по доле МСБ. Важно дать умный и качественный money injection». Но как сделать этот money injection софинансированием объектов муниципальной собственности, не вполне понятно, добавляет эксперт.

«Финансовая помощь для малого и среднего бизнеса сейчас необходима, — согласен Супрунов. — В текущей экономической ситуации у него нет реального доступа к дешевым финансовым ресурсам, высока налоговая нагрузка, плата за аренду, а спрос падает. Выручка снижается, а постоянные издержки остаются прежними, поэтому финансовая поддержка нужна. Но всем предпринимателям прямыми финансовыми субсидиями не поможешь. Нужно смотреть на механизмы: где-то снизить налоговую нагрузку, где-то ввести льготную арендную ставку на государственное имущество для определенных сфер бизнеса, например, для социального или молодежного предпринимательства. Торговле проще пережить кризис, а у социальных услуг и рентабельность гораздо ниже, и доходы меньше».

**САНКЦИИ**

[**«РБК»**](http://www.rbc.ru/society/01/02/2017/5891da739a79471ba3166470)

01.02.2017

**Роспотребнадзор опроверг наказание для граждан за хранение «санкционки»**

Россиян не будут штрафовать за ввоз и хранение санкционных продуктов в личных целях, пояснили РБК в Роспотребнадзоре. Административной ответственности подвергнутся только те граждане, которые будут ввозить запрещенную продукцию для продажи

Законопроект о наложении штрафов за ввоз, хранение и реализацию запрещенных продуктов не предусматривает административного наказания для граждан в случае использования такой продукции в личных целях. Об этом заявили РБК в пресс-службе Роспотребнадзора.

Как отметили в ведомстве, ответственность для физлиц может наступить «только при осуществлении ими внешнеэкономических операций, предусматривающих реализацию, хранение, транспортирование на территорию Российской Федерации запрещенных продуктов в целях сбыта».

Об этом же РБК сообщил заместитель главы Минпромторга Виктор Евтухов. По его словам, поддержанный министерством законопроект предусматривает крупные штрафы и изъятие тех санкционных продуктов, которые попали в торговлю.

К сожалению, «запрет на ввоз» не всегда воспринимается как запрет и на реализацию товара, обращает внимание директор ассоциации производителей и поставщиков продовольственных товаров «Руспродсоюз» Дмитрий Востриков. По его мнению, инициатива Ропотребнадзора усилит ответственность за распространение запрещенной продукции по всей цепочке поставок. Вместе с тем штрафы в пределах 100 тыс. руб. существенны скорее для небольших предприятий, нежели для крупных компаний, считает эксперт.

В свою очередь председатель комитета по транспорту московского отделения «Опоры России» Игорь Ребельский считает предложение Роспотребнадзора «абсолютно неэффективной мерой». И юридические, и физические лица, занимающиеся транспортировкой санкционной продукции в коммерческих целях, научились обходить действующие запреты. Именно поэтому мы не наблюдаем массовых уничтожений санкционных товаров, хотя на полках магазинов их достаточно много, объясняет Ребельский.

Ранее в среду, 1 февраля, появилась информация о том, что Роспотребнадзор подготовил поправки в Кодекс об административных правонарушениях. КоАП, в частности, предлагается дополнить статьей, устанавливающей ответственность за хранение, перевозку и продажу запрещенных к ввозу на территорию России товаров.

Согласно законопроекту, размещенному на портале проектов нормативных актов, за хранение, транспортировку и реализацию санкционных товаров физических лиц будут штрафовать на сумму от 3 тыс. до 5 тыс. руб. Для должностных лиц и индивидуальных предпринимателей штрафы планируется установить на уровне 30–50 тыс. руб. Для компаний — от 70 тыс. до 100 тыс. руб.

[**«Контекст»**](http://www.contextap.ru/comm/170202072031.html)

02.02.2017

**За еду сажать не будут**

**Социальные сети сегодня целый день обсуждали возвращение государства к тотальному контролю за гражданами.**

Пока не поступили разъяснения Роспотребнадзора, граждане России в ужасе комментировали новость о том, что теперь специальные службы будут ходить по домам, и, если найдут санкционные продукты, то их владельцев чуть ли не посадят в тюрьму.

Однако выяснилось, что россиян не будут штрафовать за ввоз и хранение станционных продуктов в личных целях, пояснили в Роспотребнадзоре. Административной ответственности подвергнутся только те граждане, которые будут ввозить запрещенную продукцию для продажи

Законопроект о наложении штрафов за ввоз, хранение и реализацию запрещенных продуктов не предусматривает административного наказания для граждан в случае использования такой продукции в личных целях.

Как отметили в ведомстве, ответственность для физлиц может наступить "только при осуществлении ими внешнеэкономических операций, предусматривающих реализацию, хранение, транспортирование на территорию Российской Федерации запрещенных продуктов в целях сбыта".

К сожалению, "запрет на ввоз" не всегда воспринимается как запрет и на реализацию товара, обращает внимание директор ассоциации производителей и поставщиков продовольственных товаров "Руспродсоюз" Дмитрий Востриков. По его мнению, инициатива Ропотребнадзора усилит ответственность за распространение запрещенной продукции по всей цепочке поставок. Вместе с тем штрафы в пределах 100 тыс. руб. существенны скорее для небольших предприятий, нежели для крупных компаний, считает эксперт.

В свою очередь председатель комитета по транспорту московского отделения "Опоры России" Игорь Ребельский считает предложение Роспотребнадзора "абсолютно неэффективной мерой". И юридические, и физические лица, занимающиеся транспортировкой санкционной продукции в коммерческих целях, научились обходить действующие запреты. Именно поэтому мы не наблюдаем массовых уничтожений санкционных товаров, хотя на полках магазинов их достаточно много, объясняет Ребельский.

Роспотребнадзор подготовил поправки в Кодекс об административных правонарушениях. КоАП, в частности, предлагается дополнить статьей, устанавливающей ответственность за хранение, перевозку и продажу запрещенных к ввозу на территорию России товаров.

Согласно законопроекту, размещенному на портале проектов нормативных актов, за хранение, транспортировку и реализацию санкционных товаров физических лиц будут штрафовать на сумму от 3 тыс. до 5 тыс. руб. Для должностных лиц и индивидуальных предпринимателей штрафы планируется установить на уровне 30–50 тыс. руб. Для компаний — от 70 тыс. до 100 тыс. руб.

[**«ЙОД»**](https://yodnews.ru/2017/02/02/nagretsya-na-santsiyah-kogo-oshtrafuyut-za-zapreshhennuyu-edu/)

02.02.2017

**Нагреться на санкциях: кого оштрафуют за запрещенную еду**

Роспотребнадзор подготовил законопроект о штрафе за ввоз и хранение запрещенных продуктов. За хамон или сыр из страны, против которой Россия ввела санкции, гражданам придется выложить от 3 до 100 тысяч рублей. «Йод» разобрался, кого и на какую сумму могут оштрафовать.

 Накануне Роспотребнадзор опубликовал проект поправок в Кодекс о административных правонарушениях. Ведомство предлагает ввести ответственность за хранение, транспортировку и реализацию санкционных товаров. Физических лиц будут наказывать штрафом от 3 тысяч до 5 тысяч рублей. Для должностных лиц и индивидуальных предпринимателей предусмотрена сумма в 30–50 тысяч рублей. Если санкционку ввезли юридические лица, им придется заплатить от 70 до 100 тысяч.

Роспотребнадзор не случайно озаботился наказанием для нарушителей «санкционного» указа властей, изданного три года назад. Не секрет, что в России запросто можно купить любой продукт, произведенный на Западе. Существует целый бизнес, построенный на доставке и продаже товаров через интернет-магазины или прямо с колес автомобилей. Больше всего СМИ озаботило включение в законопроект «физических лиц». Многие подумали, что наказывать предлагают обычных путешественников, прихвативших с собой пару упаковок заграничной еды.

**Туристов штрафовать не будут**

 После шумихи в прессе выяснилось, что россиян, которые купили за границей продукты, и везут их в чемодане, чтобы съесть дома, штрафовать не будут. Об этом сообщило агентство РБК со ссылкой на Роспотребнадзор. В ведомстве пояснили, что административной ответственности подлежат только те, кто ввозит запрещенную продукцию для продажи. Законопроект исключает наказание для граждан, которые везут заграничную еду для «личных целей».

 «Ответственность для физических лиц наступает только при осуществлении ими внешнеэкономических операций, предусматривающих реализацию, хранение, транспортирование на территорию Российской Федерации запрещенных продуктов в целях сбыта», – пояснили в Роспотребнадзоре.

 Об этом же сообщил и заместитель главы Минпромторга Виктор Евтухов. По его словам, поддержанный министерством законопроект предусматривает изъятие тех санкционных продуктов, которые попали в торговлю.

 Для кого неудобен новый закон? По мнению экспертов, законопроект предназначается для ликвидации теневого рынка, который сложился в РФ. На этом рынке действуют и предприниматели, и частные лица.

**Ввозить нельзя, продать можно**

 В России сейчас нет запрета на реализацию санкционной продукции. Это означает, что если товар с Запада попал в страну, то предприниматели могут его безнаказанно продать. Максимум что грозит таким торговцам – изъятие товаров с прилавка за отсутствие документов о ветеринарном и санитарном контроле.

 Включение в закон частных лиц должно пресечь деятельность посредников, привозящих санкционку в торговые сети, сообщает «Лента.ру» со ссылкой на экспертов.

 «Схема проста: граждане, проживающие в приграничных районах, многократно пересекают государственную границу и ввозят санкционные товары в разрешенном объеме», — считает адвокат Михаил Чебра.

 При этом другие эксперты полагают, что вводимое наказание для физических лиц делает законопроект достаточно противоречивым. Не исключено, что в последующих редакциях упоминание о них просто исчезнет из документа.

 Напомним, сейчас разрешено провозить в Россию 5 кг продуктов для личного потребления. При этом они должны иметь заводскую упаковку. Иначе путешественнику грозит штраф. Недавно такой случай произошел в Перми, где у туриста, прилетевшего с Крита, в аэропорту нашли 200 грамм сыра без обертки. В итоге его оштрафовали на 500 рублей.

 Борьба с запретным сыром, мясом, хамоном, грибами продолжается уже три года. Сообщения российских силовиков, таможенников и ветеринаров о задержанных партиях санкционных товаров напоминают ежедневные сводки с фронта. В Петербурге 19 января на одной из крупнейших плодовоовощных баз нашли 16 ящиков с шампиньонами общим весом 52 килограмма. Отправителем продукции значилась польская компания. Товар уничтожили.

 Перед Новым годом таможенники и прокуроры проверили склады в Петрозаводске.

 «Обнаружено, изъято и уничтожено 1122 килограмма сельскохозяйственной продукции, страной происхождения которой являются страны, ввоз из которых подобной продукции подпадает под санкции. Всего в 2016 году в Республике Карелия в результате проверок изъято и уничтожено 4,5 тонны санкционных продуктов», – отрапортовали борцы с санкционкой.

**Поможет ли новый закон?**

Поможет ли законопроект Роспотребнадзора остановить поток запрещенной еды? Есть эксперты, которые в этом сомневаются. На их взгляд, крупные компании не боятся штрафа, а мелкие и средние предприниматели все равно найдут способ обойти запреты.

В частности, об этом заявил директор ассоциации производителей и поставщиков продовольственных товаров «Руспродсоюз» Дмитрий Востриков. По его мнению, штрафы в пределах 100 тысяч руб. существенны скорее для небольших предприятий, нежели для крупных компаний.

 Председатель комитета по транспорту московского отделения «Опоры России» Игорь Ребельский назвал инициативу Роспотребнадзора «абсолютно неэффективной мерой». Он говорит, что юридические и физические лица, занимающиеся коммерческой транспортировкой санкционки, научились находить лазейки. Поэтому не наблюдается массовых уничтожений товаров, хотя в магазинах их достаточно много.

 Напомним, ввоз в РФ ряда продуктов иностранного производства запрещен указом президента России от 06.08.2014 № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации».

 Ранее Россельхознадзор опубликовал данные о ликвидации санкционных товаров в 2016 году. Всего уничтожили около 9 тысяч тонн продуктов.

 «На 26 декабря 2016 года задержано 8692 тонны контрабандной растительной пищевой продукции, из которых уничтожено 8546 тонн. Задержано 389 тонн пищевой продукции животного происхождения, уничтожено 326 тонн», – сообщили в ведомстве.

 Еще 9 тысяч тонн санкционки не пустили в Россию белорусские таможенники. На всех участках белорусско-российской границы работают специальные мобильные группы. Об этом заявил председатель Государственного таможенного комитета Белоруссии Юрий Сенько.

**ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ**

[**«Бизнес-фм»**](https://www.bfm.ru/news/345939)

06.02.2017

**Бизнес от безысходности**

 Треть российских предпринимателей открыли свое дело вынужденно. Бизнес-активность в стране выросла на 35%, однако и закрываются предприятия так же стремительно. Почему россияне хватаются за бизнес как за соломинку?

 Около трети российских предпринимателей открыли свое дело вынужденно, потому что других источников доходов у них просто не было.

Таковы данные глобального мониторинга предпринимательства от компании GEM. В исследовании приняли участие бизнесмены из 65 стран, но российские цифры сильно выделяются: с 2014 по 2016 годы предпринимательская активность в России выросла на 35%. Более того, за минувший год в стране было отмечено максимальное количество предпринимателей, чье дело существует на рынке более трех с половиной лет — это более 5% взрослого населения. Другой вопрос, что и закрываются бизнесы столь же стремительно, говорит руководитель Комитета по экономике Московского отделения «Опоры России» Алексей Каневский

Алексей Каневский, руководитель Комитета по экономике Московского отделения «Опоры России»:

 «В таких условиях, когда люди просто от безысходности этим занимаются, сложно рассчитывать на какой-то успех. Тем не менее, часть из них действительно закрепляются в этой ипостаси и продолжают свое дело. Поэтому здесь, я бы сказал, пятьдесят на пятьдесят. Действительно, стало больше открывающихся предприятий, но и число исчезающих предприятий за короткое время тоже лавинообразно увеличивается. Тем более условия ведения бизнеса и стартапов в России пока не способствуют льготному началу такого процесса. В первую очередь скоротечность начала собственного дела и его быстрое закрытие связано с профессиональной неготовностью таких людей заниматься собственным делом в нынешних экономических условиях в России».

 Авторы исследования подчеркнули, что российские бизнесмены низко оценили условия для создания бизнеса — менее четверти участников мониторинга в России назвали бизнес-климат благоприятным.

[**Радио «Коммерсантъ ФМ»**](http://www.kommersant.ru/doc/3228997)

28.02.2017

28 февраля председатель Комитета по бытовому обслуживанию МГО «ОПОРЫ РОССИИ» Дмитрий Несветов прокомментировал на радио «Коммерсантъ ФМ» идею введения страхования от безработицы: <http://www.kommersant.ru/doc/3228997>

[**«Nord-News»**](http://nord-news.ru/news/2017/02/02/?newsid=89171)

02.02.2017

**Не рвите подснежники**

Последний месяц зимы - это всегда предвкушение весенних первых признаков. И пусть это совсем не про наш край, но верить хочется в весеннюю капель и ручьи на асфальте. Один из символов весны - подснежник, цветок красивый и тенелюбивый, он не любит большого к себе внимания. А вот его видеть хотят многие. И этим он очень напоминает предпринимателей.

 Про малый и средний (хотя средний мне почти не встречался) бизнес последние лет 10-15 принято говорить много и пространно, в основном, без конкретики. Этим грешат как государевы мужи (что объяснимо), так и, к сожалению, объединения предпринимателей.

 Главный тезис - низкий удельный вес МСБ (аббревиатура мне эта нравится своим более сакральным созвучием с.. ну вы понимаете, о чем я) в экономике. Вот слова Президента Торгово-промышленной палаты России Сергея Катырина:

 «А ведь сегодня в России в малом и среднем бизнесе занята лишь четверть населения, и это на фоне того, что доля РФ в мировой экономике снижается год от года. Известно, что в развитых странах основу экономики составляет малый и средний бизнес. Так, к примеру, в США доля МСП составляет 50-60%. В экономике Чехии доля МСП - 35%, в Малайзии - 47%, в США и Японии вклад малого и среднего бизнеса в ВВП - свыше 60%. В то время как доля МСП в ВВП Российской Федерации составляет 21%».

 Но мое личное убеждение, что это не совсем так. Или даже совсем не так. Я хотел бы подкрепить свои мысли материалами статьи «Империя «теневой экономики» наносит ответный удар», опубликованной РАПСИ. В этой статье констатируется факт, что «в отношении неформальной занятости в России даже с оценкой ее размеров большая и почти неразрешимая беда». Цифры, приводимые авторами, впечатляют: по последним данным Росстата, в неформальной занятости - почти 15 млн человек, или 21,2% от числа занятого населения. И парадоксально то, что несмотря ни какие социальные рекламы, «закручивание гаек» контролирующих органов, эта занятость продолжает устойчиво расти: всего за два года - 2013 и 2014 - она увеличилась с 13 млн до 14 млн человек.

 Но это, судя по всему, еще и заниженные показатели. К примеру, специалисты РАНХиГС оценивают «серую» экономику в 40% экономически активного населения, то есть около 30 миллионов граждан РФ (данные из вышеозначенной статьи). Ну и вы, уверен, помните, что вице-премьер Ольга Голодец в 2013 году и вовсе положила всех на лопатки утверждением, что «в секторах, которые нам видны и понятны, занято всего 48 млн человек» - это лишь 55% трудоспособного населения на тот момент.

 То есть 45% трудоспособного населения питаются воздухом? Подтверждение моим мыслям есть в исследованиях профессоров НИУ ВШЭ Симона Кордонского и Юрия Плюснина «Социальная структура российского провинциального общества», где основной вывод заключается в том, что реальная экономическая жизнь российской провинции скрыта от государства: официальное представление о том, как устроена Россия, имеет мало общего с реальностью. «Нынешний кризис, на самом деле, испугал только жителей больших городов, остальная часть населения даже не шелохнулась, потому что люди в провинции рассчитывают на самообеспечение», - заявляет руководитель исследования Юрий Плюснин, профессор факультета социальных наук НИУ ВШЭ. По его словам, неформальный бизнес конкурентоспособен, подчиняется рыночным правилам, и (внимание!) внедряет инновации и позволяет населению переживать экономические кризисы, инфляцию, девальвацию и прочие макроэкономические шоки».

 Неплохо, да? Где «Роснано» и где мелкие гаражники, а занимаются внедрением инноваций и те, и другие. Но вот встретятся ли первые и вторые? Это уже предмет отдельного размышления. Вернемся к малому бизнесу и его количеству. В той же статье есть и статистика (умозрительная, но любопытная). Перед этим определимся с терминами: Под «гаражной экономикой» авторы понимают теневые, незарегистрированные диверсифицированные производства товаров и услуг, сконцентрированные в гаражных кооперативах. «В гаражах производят все: от автомобилей до обуви и мебели», - утверждает Симон Кордонский. Например, по данным исследователей, в Ульяновской области в гаражах сосредоточено более половины мебельного производства и три четверти автомастерских, а также производится 30% всех пластиковых рам».

 Вернемся к подсчетам? Более половины трудоспособного населения занимается или бизнесом, или на него трудится. А если присовокупим вклад легальных предпринимателей, то, думаю, мы и показатели США побьем, ведь, со слов Я. Миркина, по оценке Всемирного банка, на рубеже 2010-х годов теневая экономика в России составляла примерно 41-43% ВВП. Сейчас, мне кажется, эта доля еще выше.

 Итог 1, «Радостный»: наше общество - это все-таки общество предпринимателей, коммерсантов, кустарей, ремесленников и созидателей. Эти люди (а их подавляющее большинство в структуре работоспособного населения) не просят у государства ничего, но взамен пытаются укрыться от его опеки любыми способами.

 Итог 2, «Нерадостный»: все направления поддержки, по сути, направлены на коррекцию, выравнивание конкуренции между легальным и нелегальным бизнесом, а это значит - «раздача костылей». К сожалению, неравноценность сил в этом противостоянии приводит к уходу с рынка легальных предприятий и, следовательно, бесцельности (в философском смысле) государственных инвестиций в МСБ. Согласитесь, когда банки кредитуют только физические лица (учредителей, генеральных директоров), но не компании, при сопоставимых ставках и размерах кредитования, каково конкурентное преимущество «конторы с печатью»?

 Итог 3, «Напрашивающийся сам собой»: я не один такой умный, и в руководстве страны, уверен, все это понимают. Но вот решения от этого понимания обратные нашим представлениям:

 «От толерантности все устали и настало время говорить правду: власти малый бизнес не нужен. Все механизмы и вся система заточены под развитие крупного бизнеса: с него проще брать налоги, его легче отслеживать, с ним же легче договариваться», - подводит черту Юрий Савелов (член президиума «Опоры России»).

 Итог 4, «Оптимизм внушающий»: наличие не сидящих на месте людей подчеркивает возможность создания реальных и легальных масштабных бизнес-организаций. Был же опыт! Известные нынче люди начинали в те самые 90-е как раз с организации чего-то малого: Роман Абрамович, например, стартовал с пошива мягких игрушек в кооперативе «Уют», Михаил Фридман («Альфа-групп») - с кооператива «Курьер», занимавшегося мытьем окон, Рустам Тарико («Русский стандарт») - с услуг по расселению иностранцев в московских отелях, Михаил Прохоров - с организации бизнеса по варке джинсов.

 Так, может, именно сейчас в одном из гаражей будущий «Мистер Джобс» делает новацию? Может быть, мы просто многого о себе не знаем, а потому и не ценим себя?

 Мы привыкли жить с синонимом «жулик» к слову «коммерсант», к «ленивым русским», к мифическому воровству и разгильдяйству. Ан нет. Трудолюбивы, изобретательны, ответственны, терпеливы. И этим мы особенно красивы, как те подснежники. Не дайте тем, кто может только рвать и топтать подснежники, убедить себя в обратном.

[**«Ведомости»**](http://www.vedomosti.ru/management/articles/2017/02/07/676449-uroven-predprinimatelskoi-aktivnosti)

07.02.2017

**С 2014 года уровень предпринимательской активности вырос в России на треть – GEM**

**Многие занялись бизнесом, потеряв постоянную работу**

Еще в 2015 г. предприниматели составляли 8,6% от трудоспособного населения России, а в 2016 г. – уже 11,3%, показало исследование. Рост предпринимательской активности в России соответствовал общемировым тенденциям. В двух третях опрошенных стран активность предпринимателей оставалась на прежнем уровне или росла: в 2016 г. в число лидеров по общей предпринимательской активности вошли Буркина-Фасо (57,5%), Эквадор (44%) и Таиланд (42,6%). Отстали от России Италия (9,5%), Франция (9,3%), Малайзия (9,2%).

 В России рост числа предпринимателей стал закономерным ответом на кризис – все больше людей вынуждены заняться бизнесом из-за потери работы. По словам Джомарта Алиева, председателя бизнес-школы «Мирбис», большинство занялось бизнесом под давлением обстоятельств, а не по доброй воле. «Мы традиционно считаем предпринимательство этаким вторым аэродромом, куда можно приземлиться, если уволят с работы и надо будет зарабатывать себе кусок хлеба», – говорит он.

 Увеличение доли предпринимателей еще не говорит о том, что малый бизнес активизировался, считает член совета московского отделения «Опоры России» Станислав Супрунов. По его словам, из-за бесконечных проверок многие предприниматели закрывали одно юридическое лицо, чтобы потом открыть вместо него несколько других. А самозанятые и работники малых предприятий чаще становятся индивидуальными предпринимателями (ИП), потому что государство предоставило ИП льготы.

 По данным исследования, Россия за два последних года значительно вырвалась вперед и по ранней предпринимательской активности (6,3% населения в 2016 г. против 4,7% в 2014 г.). Для сравнения: в Италии этот же показатель в 2016 г. составил 4,4%, в Германии – 4,6%, а во Франции – 5,3%. Есть группа населения, которая охотно открывает бизнесы, – бывшие сотрудники крупных компаний, размышляет Татьяна Минеева, вице-президент «Деловой России». В отличие от молодежи – по ее словам, большинство студентов, которым она преподает, мечтают о работе в крупной компании или о карьере госслужащего.

 Молодежи негде научиться предпринимательству, считает Алиев, система бизнес-образования еще не сложилась полностью, людям не хватает знаний в сфере предпринимательства. Поэтому им сложно преодолеть психологический рубеж и многие выбирают более безопасную работу по найму.

 Исследователи тоже отметили, что доля тех, кто планирует открыть бизнес, в России мала (5,2%), тогда как в Испании – 6,1%, в Малайзии – 6,4%, а во многих других странах – более 8%. Эксперты объясняют это не только отсутствием знаний и навыков, но и ухудшением экономических условий для малого бизнеса. Более всего уменьшился интерес к открытию бизнеса у самой молодой группы – 18–24 лет, отмечает Ольга Верховская, руководитель проекта GEM в России и доцент СПбГУ . По ее наблюдениям, в кризисные годы предпринимательская активность растет за счет взрослых категорий населения, которые недовольны предлагаемой им зарплатой и несут обязательства перед своими семьями.

[**«Царьград»**](http://tsargrad.tv/news/nado-podnimat-proizvodstvo-v-svoej-strane-nesmotrja-po-storonam-igor-rebelskij_48959)

13.02.2017

**Надо поднимать производство в своей стране, не смотря по сторонам –Игорь Ребельский**

*Глава комитета по транспорту московского отделения «Опоры России» Игорь Ребельский рассказал, что будет с импортом в экономике РФ при стабилизации рубля.*

Уровень импорта в отечественной экономике будет зависеть от ситуации с нефтью и рублем. Об этом в эфире телеканала Царьград заявил глава комитета по транспорту московского отделения "Опоры России" Игорь Ребельский.

"Импорт будет зависеть от того, как будет вести себя нефть, что будет с рублем", - сказал участник программы "Реальное время".

Ребельский пояснил, что импортировать становится выгодно, поскольку спекулятивная экономика является более маржинальной. "Если будет укрепляться рубль, то будет расти импорт - это многим выгодно. Но если мы увидим девальвацию рубля, малому и среднему бизнесу будет невыгодно ввозить", - рассказал он.

Для уменьшения доли импорта в отечественной экономике необходимо взращивать собственное производство без оглядки на другие страны, отметил Игорь Ребельский.

"Надо поставить конкретные задачи, поднимать производство в своей стране и не смотреть по сторонам", - подчеркнул он.

[**«Царьград»**](http://mosopora.ru/linearticles/details/id/3041)

27.02.2017

**Для чего нужны мероприятия, подобные РИФ – 2017?**

27 февраля член Совета МГО «ОПОРЫ РОССИИ» Юрий Савелов принял участие в программе «Наша страна» на телеканале «Царьград». Видео доступно по ссылке: <http://mosopora.ru/linearticles/details/id/3041>

[**«Коммерсант»**](http://www.kommersant.ru/doc/3207899)

02.02.2017

**Визит с продолжением**

**ФАС готовит для бизнеса новые штрафные санкции**

ФАС ужесточит наказание для компаний, которые препятствуют проверкам. Антимонопольная служба готова накладывать на такие фирмы оборотный штраф — 1% от годовой выручки. Сейчас предприниматели могут легко закрыть дверь перед проверяющими. Максимальный штраф за отказ пустить инспекцию — 10 тыс. руб. ФАС хочет устранить лазейку, которой активно пользовался бизнес, отметил руководитель антимонопольной практики компании «ФБК Право» Сергей Ермоленко.

«Практика «рейдов на рассвете» в последние годы набирает обороты, поскольку антимонопольная служба очень активно стала бороться с антиконкурентными соглашениями. Именно для этой категории нарушений «рейды на рассвете» являются наиболее действенным механизмом, потому что позволяют найти какие-то документы, хранящиеся внутри компании, которые внешнего объективного проявления могут не иметь, — пояснил он. — Конечно, компании стараются свою кухню лишний раз не показывать, независимо от того, есть ли у них какие-то нарушения. Ситуации, когда сотрудника ФАС не пускали на порог, довольно распространены».

 Какие риски для бизнеса несет оборотный штраф за сопротивление проверкам? Ужесточение санкций, в первую очередь, ударит по небольшим компаниям, уверен член совета московского отделения «Опоры России» Станислав Супрунов.

 «Мы понимаем, что крупных госкомпаний и корпораций это вряд ли коснется. Для исполнения этой драконовской, я бы сказал, меры придется как-то воздействовать на малый и средний бизнес. У крупных компаний работают серьезные юридические службы, и поэтому им легко отбиться от этих мер, — подчеркнул он. — У малого и среднего бизнеса и так сейчас высокие издержки, поэтому ходить в суды, пытаться кому-то что-то доказать им будет стоить гораздо дороже. Кроме того, самим проверяющим проще наказать слабого, чем сильного».

 Борьба за повышение конкуренции оправданна, но действия ФАС должны быть более аккуратными и четко проработанными. Так считает сопредседатель организации «Деловая Россия» Антон Данилов-Данильян.

«Инициатива ФАС нормальная, цивилизованная, но дьявол кроется в деталях. Очень большое количество проверок службы касается малого и среднего бизнеса. Для них введение уже оборотного штрафа может оказаться фактически смертельным. Я бы ввел все-таки определенные ранжиры для того, чтобы понимать, с какого объема штрафы начинают действовать, — заметил он. — Кроме того, что считать противодействием ФАС? Кто-то так интерпретирует ситуацию, когда люди просто ушли «в поля», на работу».

Законопроект об ужесточении санкций за отказ компании от проверки пока разрабатывается. Новое наказание уже назвали «штрафом Lenovo». Именно к этой компании ФАС пришла с неожиданным рейдом в конце прошлого года. После того, как инспекторы столкнулись с сопротивлением, в антимонопольной службе заговорили о новых оборотных штрафах.

**АЛКОГОЛЬНЫЙ РЫНОК**

[**«Коммерсант»**](http://www.kommersant.ru/doc/3212017)

06.02.2017

**Хорошего понемножку**

**Отменят ли в России скидки на спиртное**

Скидки на алкоголь могут оказаться под запретом. Роспотребнадзор выступил за отмену акций в магазинах на всю спиртную продукцию.

По словам главы ведомства Анны Поповой, скидочные кампании — это, по сути, реклама алкоголя, которая должна быть запрещена. Изначально с инициативой запретить скидки на спиртное выступили в Госдуме.

Автор поправок, депутат Владимир Сысоев заявил «Коммерсантъ FM», что его законопроект снизит употребление спиртных напитков в стране: «Законопроект я планирую внести на этой неделе. Радует то, что Роспотребнадзор серьезно обеспокоился этой темой, потому что, конечно, скидочные компании являются особо привлекательным инструментом, который побуждает людей покупать алкоголь, тем самым усиливая алкоголизацию населения».

Готовы ли магазины и производители отменить все скидки на алкоголь? Глава комитета по экономике московского отделения «Опоры России» Алексей Каневский уверен, что бизнес выступит резко против таких ограничений: «Потеряют сети, потому что у них снизится товарооборот. Потеряет поставщик, потому что не будет продавать товар искомым образом. И потеряет, скорее всего, в итоге потребитель, потому что он вынужден будет приобретать продукцию по более высокой цене. Скидки и акции увеличивают продажи, но это не значит, что увеличивается потребление алкоголя в этот момент».

Крупные скидки на алкоголь — от 40% и выше — действительно стоит запретить, считает основатель виноторговой компании Simple Максим Каширин: «Если предположить, что большие распродажи будут запрещены, мы не исключаем того, что будет в целом более аккуратное ценообразование. Средняя цена станет более доступной для потребителя. Скидка 50% — это зло. Ни нам, ни сетям по большому счету от этого мало проку. Никто из серьезных игроков на алкогольном рынке нормальную продукцию по схеме -40%, -50% старается не продавать. Много акций в ритейле из-за того, что ритейл заставляет поставщика на них идти, хотя это не очень эффективно».

По последним данным Роспотребнадзора, потребление алкоголя в России с 2009 года снизилось почти в 1,5 раза. По оценкам ведомства, среднедушевое потребление алкоголя в стране составляет примерно 10 л в год на человека.

[**«NEW RETAIL»**](https://new-retail.ru/novosti/retail/rospotrebnadzor_podderzhal_vvedenie_zapreta_skidok_na_alkogol5693/)

07.02.2017

**Роспотребнадзор поддержал введение запрета скидок на алкоголь**

*Депутаты, тем временем, готовятся к негативной реакции ритейла.*

Депутат Владимир Сысоев разработал законопроект, вводящий запрет на распространение скидочных акций на всю спиртную продукцию.

По его мнению, это поможет снизить употребление алкоголя в стране. «Объемы потребления алкоголя растут, - констатирует депутат. - Именно употребление алкоголя является одной из основных причин смертности. Если человек хочет выпить, он знает, что хочет купить. Не нужно стимулировать его красочными этикетками, скидочными акциями. Одно дело, когда идет скидка на йогурт, другое - на алкоголь. В итоге пока мы боремся с пьянством, ритейлеры, наоборот, занимаются пособничеством алкоголизму. Тем более что очень часто на такие акции реагирует молодежь».

Запрет скидок на алкоголь поддержали и в Роспотребнадзоре. Глава ведомства Анна Попова отметила, что скидочные кампании – это, по сути, только реклама алкоголя, которую нужно запретить.

Между тем, глава комитета по экономике московского отделение «Опоры России» Алексей Каневский ожидает негативной реакции бизнеса. «Потеряют сети, потому что у них снизится товарооборот. Потеряет поставщик, потому что не будет продавать товар искомым образом. И потеряет, скорее всего, в итоге потребитель, потому что он вынужден будет приобретать продукцию по более высокой цене. Скидки и акции увеличивают продажи, но это не значит, что увеличивается потребление алкоголя в этот момент», - отметил он.

«Из тех, кто покупает спиртное, только 5% - это алкоголики. Остальные пьют относительно в меру. Любые ограничения в продаже приведут к тому, что эти люди начнут закупаться в точках нелегальной розницы», - считает директор центра исследований федерального и региональных рынков алкоголя Вадим Дробиз.

Отметим, что законопроект планируется внести на рассмотрение Госдумы уже на этой неделе.

[**«Прайм»**](http://1prime.ru/articles/20170207/827129856.html)

07.02.2017

**Алкоголь могут лишить права на скидки и праздничные акции**

Предложение Роспотребнадзора запретить скидки, а также рекламные и праздничные акции на алкоголь, вызвало неоднозначную реакцию у экспертов рынка. Если эта инициатива превратится в закон - пострадать могут не только любители покупать со скидкой. Не исключено, что и самим продавцам алкоголя придется серьезно пересматривать ценовую политику и маркетинговую стратегию. При этом, уверены эксперты, пить меньше россияне не перестанут. А вот доля суррогата может вырасти.

По словам главы Роспотребнадзора Анны Поповой, скидки на алкогольную продукцию - это, по сути, реклама, то есть побуждение к употреблению спиртных напитков. Именно поэтому они должны быть запрещены. На прошлой неделе телеканал RT сообщил, что в Госдуме уже готовят соответствующий законопроект, запрещающий включать алкоголь в скидочные акции. По мнению авторов, скидки способствуют росту потребления спиртных напитков.

Эксперты оценивают данную инициативу неоднозначно. "Это неправильный шаг в правильном направлении. Бороться со злоупотреблением алкоголем нужно, но не мерами, которые заведомо нереализуемы", - считает член президиума "Опоры России" Алексей Небольсин. При этом он отмечает, что "запретить алкоголю дешеветь вне зависимости от валютных курсов, конъюнктуры, объемов спроса и потребления невозможно".

В любом случае, на темпы употребления спиртных напитков отсутствие скидок и акций никак не повлияет, уверен руководитель программы "МВА - Маркетинг-Менеджмент" Московской международной высшей школы бизнеса "МИРБИС" Евгений Бойченко. "Если человек пришел в алкогольный магазин или отдел, то он уже намерен что-то купить, и наличие товара с желтыми ценниками может лишь изменить его первоначальный выбор. Что касается запрета самих акций по распродаже - их можно запретить, но убежден, что компании научатся это обходить", - говорит он. Например, рассуждает эксперт, "есть стратегия гибких цен - никто не мешает объявлять распродажу изменением отпускных цен на продукцию, и это не будет считаться рекламой".

Реклама алкоголя в настоящее время допускается только в местах продаж, поэтому де-факто для запрета на проведение акций в магазинах необходимо пересматривать закон о рекламе, отмечает председатель Национального союза защиты прав потребителей Павел Шапкин. В соответствии с законом, "реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламы, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке", уточняет он.

С другой стороны, напоминает Шапкин, есть устанавливаемые минимальные цены на алкогольную продукцию. Предметом правонарушения является продажа алкогольной продукции ниже этой установленной цены. "Если алкоголь уценивается, но продается по цене выше минимальной - это не должно являться правонарушением, - считает Шапкин. - Как производителю, например, качественной винодельческой продукции объяснить потребителю, что его продукцию стоит попробовать, раз уж она легально продается? Следуя логике Роспотребнадзора, необходимо запретить и дегустации алкогольной продукции, и медали на выставках. А этикетки сделать монохромными и одинаковыми".

ЧЕГО ЖДАТЬ БИЗНЕСУ

По данным Росстата, розничные продажи алкоголя в России за первые три квартала прошлого года сократились на 1,6% - до 816,4 млн декалитров. В этой ситуации скидки необходимы для повышения продаж. Иначе в проигрыше, рассуждает Небольсин, окажутся производители скоропортящихся напитков - пива и сидра. "Летом спрос на них больше, поэтому производство растет, но если по каким-то причинам напитки не продались, на них делают скидку, о которой извещают покупателей. Тем самым производитель избегает затоваривания складов. В России более тысячи производителей пива, которые уже спрашивают - что делать, если запрет вступит в силу", - сообщил он.

Однако исключить пивоваров и других производителей слабоалкогольной продукции из-под действия запрета тоже не получится - в этом случае производители вина и крепкого алкоголя могут подать жалобу в ФАС на нарушение их прав и предоставление преимуществ конкурентам, считает Небольсин. Поэтому, считает он, прохождение законопроекта через все инстанции представляется маловероятным.

Но даже если продавать алкоголь с использованием скидок и рекламных акций запретят законодательно, компании-производители и продавцы, полагает Бойченко, "ничего не потеряют кроме увеличения расходов на юристов, которые придумают выверенные формулировки, и бизнес спокойно ими воспользуется". "Зато сэкономят на сокращении расходов на трейд-маркетинг - создание рекламных акций. Власти уже несколько раз пытались запретить активности производителей алкоголя совместно с сетями, но все заканчивалось подключением юристов, а продажи как шли, так и идут", - добавляет он.

Данная инициатива больше всего может повлиять на торговые сети и дистрибьюторов, которые фактически продают только алкогольную продукцию. Таких как, например, "Ароматный мир", "Отдохни", Simplewine и Eurowine - это коснется всех, кто специализируется на продаже алкоголя в рознице и по частно-корпоративным договорам через магазины, винотеки и прямые продажи с доставкой курьером. На момент публикации статьи "Прайм" не получил от крупных сетей и дистрибьюторов официальных комментариев.

Как сообщил агентству источник на розничном рынке, доля продаж алкоголя через рекламные акции составляет сейчас около 30%, и фактическое уничтожение этого сегмента может иметь отрицательный эффект, прежде всего для регионов, с учетом историй о массовых отравлениях суррогатами.

В свою очередь, Бойченко отмечает, что все остальные инструменты привлечения покупателей, включая выкладку в центре зала и устную рекламу продавца в отделе, который сам может рассказать о предложениях магазина, - останутся в силе. Прежде всего, уточняет он, это актуально для магазинов, специализирующихся на алкоголе, где "продавцы более подготовлены, а материально стимулировать их к дополнительному рассказу о скидках и акциях несложно".

При этом, полагает эксперт, цены на алкоголь в случае ввода запрета поползти вверх не должны -рынок чувствителен лишь к изменениям в нижнем ценовом сегменте. Возможно, рассуждает Бойченко, сумма чека может незначительно сократиться, но своих покупателей магазины не потеряют. "Могут потратить не 700, а 600 рублей, но приобретут товар в том же магазине. Тем более рекламные цены далеко не всегда самые низкие", - отмечает эксперт. Таким образом, заключает он, могут измениться лишь сами механизмы ценообразования, а итог - объем продаж и употребление алкогольной продукции - останется прежним.

[**«Коммерсант»**](http://www.kommersant.ru/doc/3212168)

07.02.2017

**Правила игры в скидки на алкоголь разбирал заместитель редактора отдела потребительского рынка Олег Трутнев**

Почти незамеченная в пятницу новость про разработку законопроекта о запрете розничной продажи алкоголя по скидкам вчера получила широкий резонанс после того, как его поддержали в Роспотребнадзоре. В то, что такая мера снизит потребление спиртного, не верят ни его производители, ни продавцы. "Скидочные акции (на алкогольную продукцию.— "Ъ") должны рассматриваться как и любая другая рекламная кампания и должны быть запрещены",— заявила вчера "РИА Новости" руководитель Роспотребнадзора Анна Попова. Так она прокомментировала законопроект депутата Госдумы от фракции ЛДПР Владимира Сысоева о запрете включения алкоголя в скидочные акции.

Главный аргумент парламентария — скидки на алкоголь ведут к росту его потребления. Участники рынка убеждены, что это не так. "Нет прямой зависимости цены и уровня алкоголизации населения",— настаивает директор по внешним связям Ассоциации компаний розничной торговли Ксения Бурданова. В пример она привела Финляндию, где при высоких ценах на алкоголь сохраняется высокий уровень алкоголизма. "Как и запрещенная уже реклама крепкого алкоголя на ТВ и в печатных СМИ, скидка влияет только на выбор потребителя в пользу того или иного продукта",— соглашается предправления Союза производителей алкогольной продукции Дмитрий Добров. Если воспринимать скидки как рекламу, что само по себе является спорным вопросом, то действующее законодательство разрешает рекламировать алкоголь в местах продаж, напомнил он.

В пивоваренной компании "САН ИнБев" считают, что скидочные акции давно перестали носить чисто маркетинговый характер. "Главная их функция — обеспечить уходимость товара с полки и уменьшение стоков при перепроизводстве",— говорит член совета директоров компании Ораз Дурдыев. Эту мысль развивает член президиума "Опоры России" Алексей Небольсин, который отмечает, что, в отличие от коньяка или виски, которые с годами становятся только лучше, у пива и сидра есть срок годности. Поэтому, когда он подходит к концу, производители и сети делают скидку на товар, чтоб не сработать в убыток. "Сети не смогут его продать, если будут кричать покупателям о скором окончании срока годности",— иронизирует господин Небольсин.

Доля спиртных напитков, продающихся по скидкам, составляет 30%, говорят в одной из крупных розничных сетей. Там считают, что промоакции, в том числе и скидочные, несут также информационную функцию, давая населению знать, где находятся точки продаж с легальной качественной продукцией. "С учетом историй о массовых отравлениях суррогатами, запрет промо может иметь отрицательный эффект, прежде всего, для регионов, где такая проблема нелегального алкоголя стоит особенно остро",— рассуждает представитель сети.

[**«Газета.ру»**](https://www.gazeta.ru/business/2017/02/06/10511861.shtml#page3)

06.02.2017

**Алкоголь отбросит скидки**

**Роспотребнадзор хочет запретить продажу алкоголя со скидками**

Глава Роспотребнадзора Алина Попова предложила запретить скидочные акции на алкоголь. Чуть ранее со схожей инициативой выступил депутат Госдумы Владимир Сысоев, который подготовил законопроект, запрещающий «стимулирование покупок алкоголя». По словам представителей рынка, эти предложения совершенно избыточны и могут подорвать механизмы работы.

Роспотребнадзор предложил запретить скидочные акции на продажу алкогольной продукции. Как заявила глава ведомства Алина Попова, по сути скидки являются рекламой алкоголя. «Скидочные акции должны рассматриваться как и любая другая рекламная кампания и должны быть запрещены», — заявила Попова.

Представители бизнеса обратили внимание на то, что, по их мнению, логика, которой руководствовалась Попова, небезупречна. По мнению Алексея Небольсина, члена президиума «Опоры России», подобные заявления некорректны, поскольку продажа по сниженным ценам не является рекламной акцией.

«Реклама — передача информации, а скидка — это возможность экономического воздействия. Это совершенно разные вещи.

Странно слышать от такого уважаемого человека, как Попова, такую странную инициативу», — отметил Небольсин.

Дмитрий Добров, председатель правления Союза производителей крепкого алкоголя, также обратил внимание на правовую коллизию.

«Реклама алкоголя сейчас очень сильно ограничена. В соответствии с законом сейчас возможна реклама алкоголя только в местах продаж. Даже если не рассуждать о том, являются ли скидки рекламой или не являются, в любом случае скидочная активность происходит в местах продаж», — напомнил он.

Впрочем, потенциально сложную ситуацию планирует исправить депутат Госдумы Владимир Сысоев, который подготовил поправки в закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления алкогольной продукции».

В конце прошлой недели он предложил добавить новую статью о запрете стимулирования продажи алкогольной продукции.

По его словам, скидочные акции стимулируют покупку и, соответственно, употребление алкоголя, причем наиболее подвержена подобному влиянию молодежь.

«Проблема алкоголизации населения сегодня стоит на повестке дня, и, когда мы боремся с этим на законодательном уровне, ритейлеры, наоборот, занимаются пособничеством алкоголизму. Тем более что очень часто на такие акции чутко реагирует молодежь», — передает его слова телеканал RT.

Чтобы остановить алкоголизацию страны, депутат предлагает штрафовать за стимулирование алкогольных покупок.

По мнению участников рынка, такие запреты излишни, бесполезны и при этом могут сломать привычные схемы ведения бизнеса.

«Вопрос: как быть пивоварам, у которых срок годности товара довольно короток? У них затоваренность на складе, и они дают скидку, чтобы товар не испортился. Как быть производителям сидра? Его делают из яблок, а урожай не будет ждать. Приходит урожай, хотят все распродать со скидками, просто чтобы освободить емкости и подготовить новую партию. Вот как им быть? Может, нам объяснят, а то нам уже идут звонки из всех регионов, спрашивают, что делать», — задается вопросами Небольсин.

Ораз Дурдыев, член совета директоров, директор по правовым вопросам и корпоративным отношениям АО «САН ИнБев», также сообщил, что скидочные акции давно перестали носить чисто маркетинговый характер.

«Сейчас их основная функция — обеспечить уменьшение стоков при перепроизводстве», — говорит Дурдыев. «Скидки являются коммерческим вопросом, а не рекламным инструментом, свидетельствуют о насыщенности рынка и не имеют целью стимулировать объемы потребления. Покупательская способность на фоне падения доходов населения снижается, и ценовая политика участников рынка требует гибкости для сохранения доли рынка и является инструментом борьбы за выбор потребителем конкретного продукта/бренда», — говорят в Союзе российских пивоваров.

Дурдыев напомнил, что, даже несмотря на значительные бюджеты на промоакции, в течение последних шести-семи лет увеличения потребления не наблюдалось, а рынок сократился за этот период на 40%.

В Союзе российских пивоваров отмечают, что рынок пива сокращается не первый год «в результате возросшей регуляторной и фискальной нагрузки».

«Наша отрасль максимально ответственно использует доступные возможности по рекламе и продвижению своей продукции, поэтому мы надеемся, что дальнейших ограничений не последует», — уверяет Дурдыев.

Добров также отметил, что существующих ограничений вполне достаточно. «Абсолютно очевидно, что при использовании скидок конечная цена товара не должна быть ниже МРЦ, но на этот счет есть понятное разъяснение, и все это знают и соблюдают. Мы считаем, что запрет скидок — избыточное ограничение, которое непонятно зачем вводить», — сказал он.

По данным Росстата, в январе – ноябре 2016 года продажи алкоголя упали на 2,5% по сравнению с аналогичным периодом 2015-го и составили 64,7 млн декалитров в абсолютном выражении. Годом ранее падение было еще более существенным — на 9,5% по сравнению с 2014-м.

[**«РБК»**](http://www.rbc.ru/rbcfreenews/58982ce09a7947287daceeb9)

06.02.2017

**Роспотребнадзор поддержал запрет скидок на алкоголь**

Роспотребнадзор поддержал инициативу депутатов запретить скидки на алкоголь. В ведомстве считают промо-акции рекламой. Участники рынка уверяют, что это инструмент ценовой политики, помогающий распродать стоки.

Скидочные акции на алкоголь являются рекламой и должны быть запрещены. Об этом «РИА Новости» заявила глава Роспотребнадзора Анна Попова.

«Скидочные акции должны рассматриваться, как и любая другая рекламная кампания, и должны быть запрещены», — сказала она, комментируя предложение об исключении алкоголя из акций магазинов.

О том, что в Госдуме готовят законопроект, который вводит запрет на включение алкоголя в скидочные акции, сообщил телеканал RT 3 февраля. По информации телеканала, поправки в закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления алкогольной продукции» подготовил депутат Владимир Сысоев.

По его мнению, скидки на алкоголь провоцируют покупателя на вредную покупку и побуждают к потреблению. «Проблема алкоголизации населения сегодня стоит на повестке дня, и, когда мы боремся с этим на законодательном уровне, ретейлеры, наоборот, занимаются пособничеством алкоголизму», — сказал он.

Скидка — не реклама

Большинство опрошенных РБК участников рынка выступили против инициативы депутатов. Она негативно скажется на уровне знания населения о легальных точках продаж и о доступности сертифицированного качественного алкоголя, говорит источник РБК на розничном рынке. В регионах, где ситуация с суррогатами уже опасна, ретейл работает на повышение уровня знания населения через промо, поясняет он. По его словам, сейчас доля алкоголя в структуре товаров, продающихся по промо-акциям, составляет около 30%.

Промо-акции вообще не являются рекламой, поскольку речь идет не о передаче информации, а о формировании ценовой политики компании, уверен член президиума «Опоры России» Алексей Небольсин. Например, пиво является скоропортящимся товаром, поэтому совершенно логично, когда в преддверии истечения срока хранения производители дают на него скидки, рассуждает Небольсин. По его мнению, если лишить предпринимателей данного «экономического рычага», это грозит им «огромными убытками». И в таком случае Роспотребнадзору придется подумать о механизмах компенсации.

«Скидочные акции давно перестали носить чисто маркетинговый характер. Сейчас их основная функция — обеспечить уходимость товара и уменьшение стоков при перепроизводстве», — согласен член совета директоров, директор по правовым вопросам и корпоративным отношениям АО «САН ИнБев» Ораз Дурдыев. По его словам, промо-акции позволяют потребителям сделать выбор в пользу того или иного бренда, но «никак не способствуют увеличению размера покупок». В подтверждение своих слов он отмечает, что, хотя все пивовары тратят значительные бюджеты на проведение промо-акции, рынок за последние шесть-семь лет сократился на 40%.

Реклама крепкого алкоголя в России сегодня и так жестко ограничена и возможна только в местах продаж, говорит председатель правления Союза производителей алкогольной продукции (СПАП) Дмитрий Добров. «Если руководствоваться логикой этого законопроекта — скидки происходят в местах продаж. Мы такой законопроект не поддерживаем», — резюмирует Добров. ​

Менее категоричен президент виноторговой компании Simple Максим Каширин. По его мнению, необходимо учитывать размер предоставляемых скидок. Глубокие скидки, которые порой достигают 40–50%, действительно могут подталкивать людей к формированию запасов алкоголя и росту потребления. При этом зачастую производители и дистрибьюторы идут на подобный дисконт под давлением ретейлеров, особенно накануне праздников, подчеркивает Каширин. Между тем скидки в пределах 20% особо не влияют на спрос и не должны попадать под запрет, считает бизнесмен.

[**«Газета.ру»**](https://www.gazeta.ru/business/2017/02/08/10515821.shtml)

08.02.2017

**«Боярышник» пойдет как водка**

**Минфин хочет ввести акциз на спиртосодержащий «Боярышник»**

Бытовую химию, содержащую спирт, планируют обложить акцизами наравне с алкоголем. Соответствующий законопроект разрабатывает Минфин. По мнению участников рынка, проблему отравлений суррогатами этот шаг не решит, поскольку оборот спирта, используемого в парфюмерии и производстве бытовой химии, и так отслеживает ЕГАИС. Между тем нагрузка на бизнес из-за лишнего документооборота вырастет.

Минфин начал разработку поправок в Налоговый кодекс, которые должны ввести акцизы на парфюмерно-косметическую продукцию и бытовую химию, содержащие бытовой спирт. Соответствующее извещение размещено на Федеральном портале проектов нормативно-правовых актов.

По словам министерства, цель нововведений — «противодействие употреблению населением спиртосодержащих жидкостей в пищевых целях, а также обеспечение контроля за использованием этилового спирта, направляемого на производство спиртосодержащей парфюмерно-косметической продукции и продукции бытовой химии».

Cейчас обсуждается вариант установить на парфюмерную продукцию и бытовую химию такие же акцизы, как и на крепкий алкоголь. Максимальная из действующих ставок — 523 рубля на литр безводного этилового спирта (для напитков крепостью свыше 9%).

«В конце декабря мы участвовали в совещании по этому вопросу. Тогда предполагалась следующая схема. Если производитель продукции, содержащей спирт, в течение трех-четырех месяцев подтверждает, что использовал спирт по назначению — на выпуск парфюмерно-косметической продукции, то он получает налоговый вычет в размере акциза», — сообщил «Газете.Ru» Петр Бобровский, исполнительный директор Ассоциации производителей парфюмерии, косметики, товаров бытовой химии и гигиены (АППИК БХ).

Хотя, учитывая налоговый вычет, дополнительной финансовой нагрузки добросовестные производители не несут, как отметил Бобровский, на них все равно ляжет дополнительная нагрузка из-за увеличения документооборота.

«Дополнительные бумаги проблему суррогата не решат, просто вырастет нагрузка на бизнес. А производители суррогата наверняка найдут способ обойти законодательство», — говорит он.

Напомним, что вопрос о введении дополнительных акцизов стал активно обсуждаться после того, как в Иркутской области 77 человек насмерть отравились концентратом для ванн «Боярышник» (доля содержания в нем спирта «не более 93%»). После этого президент России Владимир Путин дал поручение ужесточить правила оборота спиртосодержащей продукции. Помимо этого было поручено усилить ответственность за преступления, связанные с производством и продажей подобной продукции.

При этом далеко не все считают, что введение дополнительных акцизов позволит решить проблему суррогатов.

В конце декабря 2016 года «Интерфакс» писал, что в Министерстве экономического развития считают, что существующих инструментов достаточно для контроля за оборотом спирта и, соответственно, во введении акцизов нет смысла.

Сегодня, 8 февраля, в пресс-службе Минэкономразвития «Газете.Ru» сообщили, что не знакомы с новыми предложениями Минфина, и не стали комментировать инициативу коллег.

Участники рынка уверены, что этот шаг никак не поможет контролю за спиртосодержащей продукции.

«У нас вызывает непонимание следующее: все производство, связанное со спиртом, уже подключено к ЕГАИС. Информация, куда идет спирт, доступна в реальном времени. Государство видит все движение спирта, легко понять, если где-то большой объем спирта пропал, значит, он пошел на производство суррогата. Зачем производителю еще раз получать бумагу, которая подтвердит, что он добросовестный, если государство и так видит, что он добросовестный?» — задается вопросом Бобровский.

По мнению Дмитрия Несветова, главы комитета по бытовому обслуживанию МО «Опора России», проблема отравления суррогатами лежит совершенно в другой плоскости.

«Проблема есть, но эта проблема — абсолютно другого рода. Для всех абсолютно понятно, и для производителей, и для проверяющих органов, что «Боярышник» на самом деле — для внутреннего потребления. Введение акцизов эту проблему не решит, надо просто разрушить этот молчаливый консенсус. Это скорей криминально-административная история, нежели фискально-налоговая», — полагает эксперт.

Рассчитывая решить проблему за счет дополнительных налоговых мер, Минфин, по мнению Несветова, впадает в самообман.

«Это просто попытка впасть в иллюзию тотального контроля. Если мы обложим все акцизами и поставим под жесткий контроль, то никаких историй, типа иркутской, не будет, уверены авторы подобных инициатив. Но они ищут не там, где потеряли. Это не даст ожидаемого результата, просто разгонит цены на потребительском рынке», — считает Несветов.

[**«Profibeer»**](https://profibeer.ru/main/15607/)

21.02.2017

**Алексей Небольсин : «Из 14 крупных производителей сидра и медовухи, 10 – замаскированные «слабоалкогольщики»**

Член Президиума Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России» Алексей Небольсин прокомментировал новость о том, что в Москве в 2016 году закрылось рекордное количество пивоварен, и рассказал последние статистические данные по отрасли.

– Новость о том, что в Москве закрылось рекордное количество пивоварен, не совсем корректная. Ее нужно правильно интерпретировать. По нашим данным, количество производств только увеличилось. Что касается данных журналистов, то «закрыться» – не значит закрыть пивоварню: люди продавали производства, меняли юрлица.

– Всего у нас на конец 2016 года зафиксировано 1147 пивоварен, сидроделен и медоварен. Из них 79 – с объемами производства более 300 тыс. дал в год, 1068 – менее 300 тыс. дал. При этом пивоварен всего 1012 (до 300 тыс. дал – 947, а выше – 65), а производителей сидра, пуаре и медовухи – 135. Из них 14 мощностью более 300 тыс. дал, но среди них только 4 производят сидр и медовуху, остальные – это производители слабоалкогольных напитков, которые маскируются под сидр. Мы знаем их названия и регулятор сейчас проводит по ним определенную работу.

– По стране на начало 2016 года в сегменте до 300 тыс. дал было всего 991 производитель пива, сидра и медовухи. Крупных заводов стало чуть меньше, а вот прирост малых производств очевиден. Мы видим явные тренд на увеличение численности пивоварен, сидроделен и медоварен.

– При этом надо дать оговорку: в этих цифрах есть наложения. Производители пива иногда бывают и производителями сидра. В основном это крупные компании: «Балтика», «Московская пивоваренная компания», Heineken. Сейчас мы работаем над тем, чтобы выделить их в статистике отдельной группой.

[**«Profibeer»**](https://profibeer.ru/main/15312/)

02.02.2017

**Алексей Небольсин: «Сейчас нет ни одной оформленной инициативы о лицензировании пива»**

На прошлой неделе в черноземном блоке ИА REGNUM появилась информация о том, что на совещании в Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка в Москве 26 января представители правительства Воронежской области попросили федеральные власти ввести лицензирование розничной продажи пива и пивных напитков. Мы попросили прокомментировать эту информацию члена Президиума Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России» Алексея Небольсина.

– 26 января совещание РАР было посвящено не лицензированию продаж пива, а итогам года, в том числе на этом совещании было озвучено предложение о введении лицензирования розничной продажи спиртсодержащей продукции и передаче субъектам Российской Федерации полномочий по выдаче соответствующих лицензий, – объясняет Алексей Небольсин. – Спиртосодержащие жидкости, продажа которых не лицензируется, – это суррогаты, продающиеся под видом средств для мытья ванн, косметических жидкостей и т.д., а не пиво.

Как подтвердили REGNUM в пресс-службе губернатора, на совещании Воронежской областью была полностью поддержана законодательная инициатива Росалкогольрегулирования о введении лицензирования розничной продажи спиртсодержащей продукции и передачи субъектам Российской Федерации полномочий по выдаче соответствующих лицензий.

– При этом периодически появляются слухи о том, что те или иные региональные органы власти выступают за лицензирование пива, – рассказывает Алексей Небольсин. – Могу успокоить – сейчас нет ни одного оформленного законопроекта о лицензировании продаж пива. Сам регулятор понимает, что лицензирование розничного пивного сегмента не имеет смысла – ЕГАИС в нем все просвечивает. Речи о лицензировании всего цикла – от производства до продаж пива – сейчас тем более не идет. «ОПОРА России» внимательно контролирует эту ситуацию и мгновенно выступит, если такая инициатива появится. Хотел бы попросить всех коллег присылать в «ОПОРУ России» все инициативы региональных органов власти. Мы всегда готовы отреагировать и поддержать легальный бизнес.

**НАЛОГИ**

[**«Коммерсант»**](http://www.kommersant.ru/doc/3219758?stamp=636228457858840566)

15.02.2017

**Расчет на будущее**

**К чему приведет изменение налоговой нагрузки в России**

Экономический блок правительства готов повысить НДС и снизить социальные взносы. Параметры маневра согласовали Минэкономразвития и Минфин, пишет газета «Ведомости». Один из возможных вариантов — увеличение НДС с текущих 18% до 21%. При этом социальные взносы, которые платят работодатели, сократят с 30% до 21%. Подобные меры, полагают в правительстве, позволят стимулировать экономический рост. Осталось согласовать вопрос с президентом и бизнесом.

Кто выиграет и кто проиграет от изменения налоговой нагрузки?

Партнер КПМГ в России Михаил Орлов считает, что снижение налогов на труд будет выгодно для бизнеса.

«Из всех сценариев, связанных с повышением налоговой нагрузки, этот вариант принесет, наверное, наименьший вред экономике страны. Выиграют все отрасли, которые используют дорогостоящих работников. У нас же есть стратегическая задача создавать именно высокопроизводительные рабочие места, — отметил он. — От этого выиграет и малый бизнес, который очень склонен к тому, чтобы выплачивать зарплату в конвертах. Думаю, что снижение страховых платежей позволит ему выплачивать зарплату официально. Выиграют и бюджетные сферы, потому что страховые платежи для больниц, для образовательных учреждений — это достаточно существенная статья затрат. Понятно, что это отразится на повышении цен, но я думаю, что оно не будет столь существенным».

По данным Росстата, на «серые» зарплаты приходится 27% доходов населения — свыше 10 трлн руб. В «теневом секторе» экономики работают более 16 млн россиян. Снижение страховых взносов не заставит работодателей выводить бизнес из «тени», считает глава комитета по налогам московского отделения «Опоры России» Сергей Зеленов. В итоге за налоговый маневр заплатят потребители, уверен эксперт.

«Организации не будут официально оформлять сотрудников, потому что предприниматели уже привыкли к тому, что государство в любой момент может поменять правила игры. При этом попытки оптимизировать так называемый НДС предпринимаются, хотя, конечно, сейчас это сложнее, — сказал он. — Я не думаю, что резко увеличится официальной размер заработной платы. А то, что касается увеличения параллельного НДС, то эта мера очень быстро скажется на конечной стоимости любого товара. У нас налог косвенный, его плательщиком, по сути, является конечный потребитель».

По расчетам экспертов, рост НДС на 1 процентный пункт разгоняет инфляцию примерно на 0,5%. При этом снижение страховых взносов с одновременным увеличением косвенного налога приведет к снижению доходов бюджета. Казна может недосчитаться 680 млрд руб.

**ЗАКУПКИ**

[**«Вечерняя Москва»**](http://vm.ru/news/2017/02/27/kruglij-stol-sovremennaya-sistema-zakupok-blago-ili-dopolnitelnaya-nagruzka-dlya-biznesa-357239.html)

27.02.2017

27.02.2017 Станислав Супрунов принял участие в круглом столе на тему: «Современная система закупок. Благо или дополнительная нагрузка для бизнеса?».

Ссылка на видео: <http://vm.ru/news/2017/02/27/kruglij-stol-sovremennaya-sistema-zakupok-blago-ili-dopolnitelnaya-nagruzka-dlya-biznesa-357239.html>

**ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ**

[**«Бизнес.фм»**](https://www.bfm.ru/news/347500)

23.02.2017

**Как армейская служба может помочь в бизнесе**

В День защитника Отчества известные предприниматели рассказали, может ли прохождение армии повлиять на судьбу работника

В России отмечают День защитника Отечества. По случаю праздника Business FM поинтересовалась у предпринимателей, влияет ли факт службы в армии на принятие решений при подборе сотрудников, и какие качества их отличают.

Андрей Гольцблат, управляющий партнер юридической фирмы Goltsblat BLP

«Само по себе знание о том, служил человек в армии или нет, для меня существенной роли не играет при общении с моими партнерами, при назначении партнеров, при продвижении по карьерной лестнице. Все-таки мы оцениваем профессиональные качества человека сегодня, его потенциал, его способности в будущем. Но, поскольку я сам служил два года в ВДВ, для меня это, конечно, внутренне все равно неосознанная, но все-таки близость к таким людям. Это говорит о том, что человек прошел определенные трудности в жизни и сумел с ними справиться. Но оценка способностей, профессиональных качеств — это исключительно сегодня делается».

Вот какого мнения придерживается президент ЗАО «Новое содружество» и ассоциации «Росагромаш» Константин Бабкин:

Константин Бабкин, президент ЗАО «Новое содружество» и ассоциации «Росагромаш»

«Если это относится к молодежи, скорее, положительно. Даже людям с высшим образованием, которые работают на «Росагромаше», мы предлагаем юридические услуги, чтобы помочь им не ходить в армию. В последние годы наблюдается тенденция, что они отказываются от этого и хотят идти в армию на год, служить, чтобы получить серьезный опыт, навыки. Я рад, что служба становится более осознанной, эффективной и привлекательной. Такую тенденцию я заметил. Если говорить о моих сверстниках, я бы не назвал службу ни плюсом, ни минусом. Если не служил, ну, вроде как, человек потратил время на учебу. Если служил — тоже молодец. В моем поколении служба в армии ничего не добавляла и не добавляет к послужному списку».

По словам главы совхоза имени Ленина Павла Грудинина, все-таки это не такой принципиальный вопрос.

Павел Грудинин, генеральный директор Совхоза имени Ленина

«Кем служил и чему армия его научила? Есть такая советская еще поговорка, у прапорщика всего две мысли в голове: до обеда — что украсть, после обеда — кому продать. Поэтому не знаю, в зависимости от того, какие войска, но, конечно, хотелось бы видеть более взрослых мужчин, самостоятельных. Армия, по крайней мере, раньше прививала самостоятельность. С другой стороны, нам же нужны люди инициативные, которые что-то двигают вперед. В армии несколько по-другому все. Тем более, год армии — вообще ни о чем. Человек даже не может почувствовать всей этой армейской жизни. Поэтому главное, чтобы он был умный, инициативный и не лентяй. Это для нас главное. А служил — не служил, это не принципиально».

Андрей Черкасенко, глава группы компаний «АПР-ресурсы» и член правления Российского союза промышленников и предпринимателей, подчеркивает: служба в любом случае влияет на личность человека.

Андрей Черкасенко, генеральный директор НП «Группа компаний «АПР-Ресурсы»

«Однозначно влияет всегда: любой человек, который прошел воинскую службу, тем более, служил, будучи офицером, для него образы подчиненного и командира связаны со стереотипом, который формирует эта служба. Умение подчиняться и в то же время брать на себя ответственность, принимать решения, которые должен принимать командир, — то, что происходит в бизнесе. Однако, когда человек связан с воинской службой контрактом, в течение многих лет, это уже становится его образом мышления, тут ничего не поделать. От каких-то вещей можно избавляться, но внутри человека это остается навсегда».

Бизнесмен Дмитрий Несветов считает, что армия может сформировать умение вести себя в коллективе, от которого отмежеваться нельзя.

Дмитрий Несветов член совета московского отделения «Опоры России», президент группы компаний «Диана»:

«Это во многом зависит, конечно, от того, на какую конкретную должность, функционал подбирается человек. Есть компетенции и профессиональные особенности, которые не сильно требуют наличия такого пункта в биографии, а есть, в которых это было бы, наверное, полезно. Но специально такой фильтр не ставится. Вряд ли можно считать, что для помощника бухгалтера необходима воинская служба. В целом, с точки зрения общечеловеческой, наверное, было бы полезно. Это школа, с одной стороны, самостоятельности и умения принимать решения, а с другой стороны, умения рефлексивно оценивать новую ситуацию и вести себя в ней. Это самое ценное в службе. Еще есть такая вещь ментальная, психологическая, характерная, она связана с тем, чтобы человек умел вести себя в коллективе, в некой среде очень разных людей, которые по определению не являются ему близкими, которых он в свой круг общения не выбирал. Но с точки зрения работодателя я бы не сказал, что это принципиальная вещь».

Вот что на этот счет думает бизнесмен Вадим Дымов, основатель ГК «Дымов»:

«Просто это добавляет каких-то качеств, а профессионализм все-таки не зависит о того, служил человек или нет. Думаю, сегодня квалификации настолько разные, что они даже никак не сопрягаются с армейским опытом, где раньше можно было оказаться трактористом, потом на танке ездить, математикой заниматься, впоследствии в артиллерии служить. Сейчас такой прямой привязки нет. В принципе, это же всеобщая обязанность в армии служить. Если люди считают для себя несмотря ни на что правильным отслужить в армии, выполнить свой долг, все-таки им делают преференцию перед остальными, но только с точки зрения общественной оценки. Хотя армия начинает меняться в лучшую сторону, и это уже заметно. Наверное, начнет человеку добавлять статус: в армии служил, повзрослел, возмужал, надежный, крепкий, здоровый, красивый. Женщинам это нравится, надежные парни им нужны всегда».

23 февраля в Москве на нескольких площадках будут запускать салют. При этом власти решили ограничить продажу алкоголя в местах проведения массовых мероприятий.