BLANK1

МОСКОВСКОЕ ГОРОДСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ

**Мониторинг СМИ за период**

**с 1 по 30 сентября 2017 года**

**РЕФОРМА УЛИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

[**«РБК»**](http://www.rbc.ru/own_business/25/09/2017/59bbf4e79a79473e260bae93)

25.09.2017

**Исследование РБК: как изменилась уличная торговля в Москве при Собянине**

Реформа нестационарной торговли, стартовавшая в столице семь лет назад, подошла к концу. Город зачистил площадки у метро и получил рост отчислений в бюджет, но доступными для бизнеса стали ларьки, которые никому не нужны.

Войну с хаотичной торговлей на улицах города Сергей Собянин начал сразу же после наделения полномочиями мэра в октябре 2010 года. Тогда он демонстративно уволил глав Тверского и Пресненского районов столицы. Собянину не понравилась концентрация ларьков в центре. «Подобные вещи не могли возникнуть без ведома местных властей!» — возмущался мэр.

И действительно, при Юрии Лужкове компании, связанные с чиновниками управ и префектур, нередко арендовали у города землю, строили на ней нестационарные торговые объекты и сдавали их мелким предпринимателям. Например, ГК «ТЭН» владела тремя рынками и торговыми павильонами у станций метро «Кузьминки» и «Рязанский проспект». Один из совладельцев ГК «ТЭН» Дмитрий Судьин в конце 1990-х годов занимал пост заместителя главы управы района Рязанский, где и располагаются упомянутые площадки.

Семь прошедших лет выдались нелегкими для ларечников. Правила игры менялись несколько раз. Ларьки разыгрывались на аукционах в управах, предпринимателей заставляли покупать новые ларьки и модернизировать старые, наконец, часть объектов признавали незаконными и сносили десятками по ночам. В итоге власти определились со стратегией в мае 2015 года, когда начали демонтировать киоски, срок аренды которых подходил к концу, и строить новые. Если раньше предприниматели арендовали у города землю и могли возводить на ней разные конструкции, то теперь павильоны строит сам город. Все они, за исключением подземных, имеют четкую специализацию и выполнены в единой стилистике.

«Главной нашей целью было создание прозрачного, понятного для всех участников рынка механизма предоставления права торговли в городских нестационарных торговых объектах (НТО. — РБК). Открытый аукцион в электронной форме позволяет исключить класс рантье, и любой желающий, в том числе начинающий предприниматель, может стартовать свой малый бизнес», — объясняет РБК глава департамента торговли и услуг Москвы Алексей Немерюк.

Сейчас, по данным департамента торговли, в столице размещено 9,1 тыс. НТО (включая площадки, на которых возводятся временные конструкции для торговли бахчевыми летом и елками зимой, а также стоят торговые автоматы). Это число принципиально меняться не будет, как и расположение и специализация торговых объектов. «Можно с полной уверенностью сказать, что в городе завершена реформа нестационарной торговли, — говорит Немерюк. — Поставленные цели и задачи достигнуты — около 400 ИП и организаций заключили договоры на работу в НТО, среди них небольшие региональные компании и начинающие предприниматели».

***Торги для недоторговцев***

РБК проанализировал все 2,7 тыс. торгов, которые прошли со старта последнего этапа реформы. Всего мэрия за это время сдала в аренду около 4,1 тыс. НТО на улицах города и более 400 в подземных переходах. По словам Алексея Немерюка, остальные объекты работают по старым договорам и будут постепенно заменяться вплоть до 2020 года. Последние крупные лоты будут разыграны до конца текущего года, затем аукционы на объекты будут проходить время от времени. Как выяснилось, 2,3 тыс. объектов из 4,1 тыс. на улицах города арендовали всего десять компаний и холдингов. По расчетам РБК, в общей сложности мэрия за пять лет должна получить от арендаторов 7,1 млрд руб., 57% из них придется на десять компаний. В отдельных сегментах концентрация капитала еще выше — например, больше половины всех торговых автоматов досталось компании «Авалон Дистрибьюшн».

***Как мы считали***

На сайте департамента города Москвы по конкурентной политике мы нашли все земельно-имущественные торги, касающиеся нестационарных объектов, с 15 апреля 2015 года (первый зарегистрированный на сайте лот) по 13 сентября 2017 года. Используя номера лотов, мы собрали на инвестиционном портале Москвы информацию о количестве и типе объектов в каждом лоте и определили стоимость пятилетней аренды одного объекта. В случаях, когда на объект претендовал единственный участник, в качестве итоговой цены аукциона использовалась цена без повышения.

Определив победителей аукционов, мы обратили внимание на то, что некоторые из них имеют общих владельцев или связаны через общую головную компанию. Так, мы выделили группу из восьми компаний, через общих владельцев или напрямую связанных с торговым домом «Айсберри»; связанную с ТД «Кардос» группу из трех компаний, имеющих общего совладельца Александра Костюченко; две компании с общим совладельцем Валентиной Коношановой; две компании, входящие в группу распространителей печатной продукции «Логос»; четыре компании — продавца мороженого, совладельцем которых является Дмитрий Холин; две компании, бенефициаром которых является главный редактор газеты «Московский комсомолец» Павел Гусев, и другие связанные друг с другом компании. Информацию о связях между ними мы взяли в базе СПАРК. Данные о ИНН компаний получили из протоколов рассмотрения заявок по интересующим нас лотам.

В исследовании анализировались только наземные объекты; лоты с объектами, расположенными в переходах, не учитывались. В анализе учитывались лоты на размещение торговых автоматов, однако в подсчете объектов они указаны как лот целиком, без учета числа автоматов по одному адресу.

«Город смотрит на мелкорозничную торговлю как на недоторговлю», — считает Сергей Куранов, владелец торгового дома мороженого «Интерайс-Южное». По его словам, властям намного проще найти общий язык с несколькими сетями, чем с сотнями мелких предпринимателей, поэтому правительство культивирует условия для консолидации рынка в руках крупных игроков. «Введение арендованных павильонов выступило катализатором процесса вытеснения малых и средних предпринимателей крупным бизнесом, причем во всех сферах», — согласна Ольга Косец, президент межрегиональной общественной организации «Деловые люди».

В департаменте торговли и услуг говорят, что главная цель реформы — обратная, привлечь малый бизнес. И действительно, на торги допускались только представители малого и среднего бизнеса (оборот до 2 млрд руб. в год и число сотрудников до 250 человек; в реестр не попадают акционерные общества), но крупные игроки легко обходили это ограничение — они выступали от имени разных ООО, а, например, «Айсберри» использовала схему франчайзинга. А ГК «Кардос» была вынуждена сменить форму собственности одного из юрлиц — ОАО «Краснопресненское агентство печати» стало ООО. «Бюрократический идиотизм выкинул нас из соревнования на полгода», — говорит гендиректор ГК «Кардос» Олег Бережной.

Но главным ограничением стала сильная конкуренция за привлекательные объекты. Например, самый дорогой ларек в Москве арендовало ООО «Аматорг» возле станции метро «Молодежная». Начальная цена лота со специализацией «овощи и фрукты» составляла 30 тыс. руб. в месяц, а конечная — более 300 тыс. руб. (это более 18 млн руб. за пять лет). А аренда пресс-стенда у станции метро «Славянский бульвар» в результате конкурса взлетела в 72 раза, до 6,6 млн руб., за пять лет.

«Мне приходилось расставаться с лакомыми адресами, в которых я работал годами, наращивая лояльную базу покупателей, но другого выхода не было, — рассказывает Сергей Куранов. — Я знаю экономику каждой своей точки и понимаю, что арендовать место дороже определенной суммы просто нет смысла. А люди, в основном неопытные новички, взвинчивают ставки до каких-то невероятных цифр, забирают точку и работают потом на ней в убыток».

***Одинокий ларек***

Но больше всего недовольства предпринимателей вызывает даже не скачок цен на привлекательные объекты, а новая схема размещения ларьков и их четкая специализация. Большинство наземных киосков теперь может торговать только определенным видом продукции — мороженым, цветами, выпечкой, овощами и фруктами, печатной продукцией или билетами. Зимой и летом организуются сезонные бахчевые и елочные развалы.

Разыгранные на аукционах павильоны распределены по видам деятельности крайне неравномерно: больше половины обновленных киосков предназначено для реализации печатной продукции, около 900 торговых точек отведено под мороженое. Это привело к непропорциональному сокращению количества павильонов, которые торгуют продуктами питания и цветами, считает доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова Наталья Свечникова.

«Очевидно, что существующий ассортиментный перечень недостаточен ни для самого бизнеса, ни для потребителей, особенно в тех районах Москвы, где инфраструктура торговли в принципе слабо развита», — утверждает Сергей Селиверстов, заместитель председателя совета московского отделения «Опоры России».

На улице и в подземном переходе у станции метро «Рижская» снесли около 20 павильонов с печатной продукцией, продуктами и мороженым, из-за чего в районе возник дефицит недорогих социально значимых продуктов — хлеба и овощей, приводит пример Николай Полукеев, общественный советник при управе Мещанского района Москвы: «Какую-то часть ларьков восстановили, но этого явно недостаточно — спрос все равно превышает предложение. Этим пользуются лоточники-нелегалы, которые размещаются у выходов из метро и перехватывают весь трафик старых павильонов».

Дело в том, что раньше предприниматели сами решали, какой киоск где ставить, и согласовывали это с чиновниками управы. Сейчас решение принимает город, опираясь на постановление правительства Российской Федерации от 09.04.2016 № 291. Учитывается не столько трафик людей, сколько обеспеченность местного населения торговыми площадями. В итоге новые ларьки появляются не у метро, что так не нравится мэру, а в глубине «спальных районов».

«В центральных районах, где мороженое пользуется большим спросом, число киосков сократили в разы, зато поставили в каких-то совсем непроходных зонах, — утверждает Сергей Куранов. — Например, павильон на окраине Внуково так и не смогли разыграть — на него не клюнул даже самый неопытный ипэшник». Многие торговые объекты, право аренды которых выставляется на аукцион, расположены неудачно, и из-за этого они не выкупаются даже по стартовой цене, говорит Сергей Селиверстов.

Новый подход привел к тому, что многие ларьки оказались невостребованы. При том что, по информации департамента по конкурентной политике, киоски сначала устанавливаются и только потом разыгрываются. По данным РБК, 468 лотов на 713 объектов не были разыграны, так как не нашлось желающих их арендовать. Больше всего среди них ларьков и стендов «Пресса» — 482 шт. (это 17% от всех НТО такого типа).

Невостребованные ларьки вновь выставляются на торги через один—три месяца, как правило, по той же цене. Мы нашли 17 лотов, которые выставлялись на аукцион пять раз. Вот, например, киоск «Мороженое» во дворах на Путевом проезде в Алтуфьево был арендован за 9 тыс. руб. в месяц только с пятой попытки единственным участником аукциона — ИП Аразом Мамедовым. 349 раз торги проходили с единственным участником. Нести социальную нагрузку по обеспечению жителей окраин газетами и мороженым предприниматели не хотят.

***Сладкая жизнь***

«Тяжелее всего пришлось мороженщикам: павильоны этой специализации в прошлом году хуже других выступили с окупаемостью, — говорит Сергей Селиверстов. — Мороженое — товар сезонный, а специфика заключения договоров предусматривает существенную предоплату. Предприниматели оказались в крайне невыгодной ситуации: зимой бизнес фактически простаивал, работал только в летний сезон, в результате предприниматели потерпели убытки». Число ларьков с мороженым сократилось с 2,5 тыс. в лужковские времена почти до 900, и предприниматели, по словам Сергея Куранова, рассчитывали на рост выручки в каждой из оставшихся точек. Но чуда не произошло — потребители просто пошли за мороженым в супермаркеты.

«Как только появилась идея, что на рынке мороженого должна быть здоровая, веселая конкуренция, к нам в отрасль хлынуло огромное количество новичков, — рассказывает Куранов. — Почему-то все думают, что мороженое — это манна небесная и каждый киоск будет приносить по 10–20 тыс. руб. выручки за день, что, конечно же, полная утопия». В итоге на один лот в проходном месте претендовало до 20 компаний, которые поднимали цены в десятки раз. Например, ИП Армен Бениаминов арендовал на Манежной площади тележку с мороженым на пять лет за 558 тыс. руб. в месяц при стартовой цене лота 11,5 тыс. руб.

Лидерство на рынке павильонов мороженого удерживает компания «Айсберри» — до введения аукционной системы она владела 600 ларьками, сейчас, по словам руководителя направления розничных продаж Сергея Тубольцева, под брендом «Айсберри» работает около 400 киосков. Компания сделала ставку на франчайзинг. «Такая схема позволяет неопытным предпринимателям легче стартовать в бизнесе — работать под известным брендом и приобретать товар напрямую у производителя с существенной скидкой и полным логистическим обслуживанием, а нам поддерживать объемы производства на прежнем уровне», — говорит Тубольцев. Своим партнерам компания советует занимать как минимум пять нестационарных объектов: выйти в плюс, арендовав один-два ларька, нереально.

Рынку уличного общепита пришлось еще тяжелее: его реформа уничтожила как явление. Палаток с шаурмой, хот-догами и блинами теперь не найти. По оценкам основателя и управляющего сети блинных «Теремок» Михаила Гончарова, владельцам общепита пришлось закрыть около 2 тыс. уличных точек. «Мы закрыли 12 точек, но их оборот соответствовал обороту двух стационарных ресторанов, которых у нас на сегодня в Москве 150. То есть мы потеряли около 1% оборота», — резюмирует Гончаров.

Запрет на нестационарный общепит отчасти и стал причиной бума на рынке мороженого, считает Сергей Куранов: «Ведь это же был пласт экономики, которому сказали: «Спасибо, до свидания». И снесли всех. А оставшиеся без точек бизнесмены были рады уцепиться за любую соломинку и рванулись в ближайшую смежную отрасль — мороженое».

Под прессом

Рынок печати в связи с реформой тоже переживает не лучшие времена, признает Олег Бережной. Этот холдинг потратил на аренду НТО «Пресса» больше других компаний и получит, по расчетам РБК, 558 объектов. Однако до реформы у холдинга было больше 1 тыс. киосков и пресс-стендов в собственности на арендованной у города земле.

По словам Бережного, в результате реформы общее количество объектов по продаже печатной продукции в городе не изменилось — сейчас их около 2,3 тыс. Зато заметно ухудшилось качество их расположения. Около станций метро оставили по одному киоску «Пресса», хотя годами там уживались по несколько благодаря высокому потоку людей. В итоге в ларьки у метро выстраиваются очереди, а в спальных районах в киосках очень низкая выручка.

Проблемы начались в 2015 году, когда компании пришлось демонтировать все павильоны, которые двумя годами ранее она обновила по собственной инициативе, потратив на это около 70 млн руб. Часть из этих киосков правительство Москвы выкупило у «Кардоса» по цене в 1,5–2 раза ниже, чем потратила компания. «Я доказывал, просил, вопил о том, что эта реформа должна учитывать интересы действующих игроков, но она оказалась бульдозером, против которого нет приема, — говорит Бережной. — Бульдозер нас переехал, мы выжили, но дышим еле-еле».

Смирившись с потерями, «Кардос» принял решение бороться за точки на аукционах. Из-за ажиотажа арендные ставки по итогам торгов взлетали в 10–20 раз. Лот из двух киосков у станции метро «Водный стадион» в ходе торгов подорожал в 35 раз — за каждый из них за пять лет придется отдать по 3,3 млн руб. Теперь «Кардос» должен ежемесячно платить устроителю аукционов КП «Мосгорпечать» около 10 млн руб. в месяц.

После реформы состав игроков на рынке печати изменился, говорит Олег Бережной. Корифеи, которые раньше владели сотнями киосков, — «ЦентроПечать», «Роспечать», «АРИА-АиФ» и др. — ушли с московских улиц. Прекратили работу сотни мелких предпринимателей. «Собрать кипу документов, необходимых для участия в аукционах, без помощи юристов очень сложно, а залог в размере трех арендных ставок стал фактически заградительной мерой для ипэшников», — говорит Олег Бережной. По его словам, до 2015 года печатную продукцию в Москве продавали больше тысячи предпринимателей, которые владели одним-двумя киосками и закупали продукцию у более крупных компаний, теперь же их осталось не больше двух десятков. Выручка ГК «Кардос» в Москве сократилась в три раза, многие точки работают в минус, маржинальность всей столичной сети колеблется около нуля.

«Мы выживаем за счет розницы в других городах и поставок печатной продукции в крупные сети — например Х5 Retail Group», — признает Бережной. «Кардос» уже вернул городу несколько десятков арендованных объектов, которые приносили убытки, потеряв несколько миллионов рублей. От того, чтобы полностью свернуть работу на улицах Москвы, бизнесмена удерживает только ностальгия: «Мы строили свою сеть 25 лет, а в итоге из владельцев самой крупной компании на рынке прессы Москвы превратились в обычных арендаторов. Уходить просто жалко, мы зависли над пропастью, но сдаваться не собираемся — мы профессионалы».

***Оскал капитализма***

Реформа серьезно ударила по малому бизнесу, но есть у нее и очевидные плюсы, считает Дмитрий Шиманов, генеральный директор исследовательской компании MAR CONSULT. «Изменение правил игры на рынке нестационарной торговли решило много вопросов, не последним из которых был вывод оборотов палаток в белое русло, — говорит Шиманов. — Раньше в ларьках не было не то чтобы электронной кассы с paypass-терминалом, а вообще не было кассы. Это создавало приличную теневую экономику, которая обделяла бюджет, формировала криминальный потенциал».

Реформа положительно повлияла на рынок, согласен Сергей Тубольцев: «Раньше в нестационарной торговле царил полный хаос и «шанхай» — когда каждый строил себе ларек, исходя из своих финансовых возможностей и эстетических соображений. Город проделал серьезную работу, спроектировав новые типовые торговые объекты. Они удобны в эксплуатации, выполнены в едином стиле, выглядят современно и привлекательно».

От реформы выиграл в первую очередь бюджет — за счет резкого роста отчислений, считает Татьяна Козлова из ГК SRG. «В 2015 году, когда были переданы в аренду первые нестационарные торговые объекты, поступления в бюджет превысили аналогичный показатель предыдущего года на 20%. К концу 2017 года ожидается увеличение бюджетного эффекта от размещения объектов нестационарной торговли в несколько раз», — утверждает Козлова. По словам Алексея Немерюка, поступления в бюджет от арендной платы за торговлю в нестационарных объектах с 2015 года увеличились в 15,4 раза в расчете на 1 кв. м. По информации на сайте «Открытый бюджет Москвы», НТО принесли в бюджет города с начала года до 19 сентября 223,7 млн руб.

Сергей Куранов из «Интерайса», который до 2015 года владел сотней киосков, теперь арендует вдвое меньше точек, 25 из которых планирует вернуть городу из-за нерентабельности. Партнеры «Айсберри» тоже планируют вернуть городу около 100 ларьков, признает Тубольцев.

Если киоск не оправдал надежд предпринимателя, просто остановить торговлю не получится: придется понести серьезные штрафные санкции. Дело в том, что перед тем как арендовать павильон, предприниматель оставляет залог — три—шесть арендных ставок. При расторжении договора вся сумма остается в казне.

Исход из неудачных ларьков — тренд ближайшего года, уверен Куранов: «Мы, конечно, жаловались и в департамент, и в правительство, но они этот «плач Ярославны» слышали не раз. Винить здесь некого: это действительно капиталистическая система, где цены регулируются спросом и предложением».

Часть предпринимателей уже успела вернуть выигранные объекты городу, признает Алексей Немерюк, но происходит это исключительно из-за необоснованно высоких арендных ставок, которые устанавливают в ходе аукциона сами же участники. Возвращенные городу объекты снова будут выставляться на аукцион, их расположение и специализация не меняются.

[**«Собеседник»**](https://sobesednik.ru/obshchestvo/proshaj-pirozhok-v-podzemke-kakimi-stali-moskovskie-larki)

27.09.2017

**Прощай, пирожок в подземке? Какими стали московские ларьки**

*Власти Москвы объявили об окончании реформы уличной торговли. Sobesednik.ru подвел итоги.*

Реформа нестационарной торговли в Москве началась в 2010 году с приходом на должность мэра Сергея Собянина. В 2015 году московское правительство постановили снести все уличные киоски, которые были в собственности предпринимателей, и заменить их на типовые, которые бы принадлежали городу.

9 февраля 2016 году вошло в историю Москву как «ночь длинных ковшей», когда за одну ночь снесли 97 киосков. Предприниматели, которые годами торговали в киосках, естественно, были против, но и многие жители, которые раньше делали покупки по дороге домой или на работу, тоже.

Сейчас уличная торговля регламентирована: киоски принадлежат городу, их можно только взять в аренду, выиграв торги, торговать в них можно только определенными товарами, дизайн объектов нестационарной торговли также утвержден. Между тем РБК пишет, что на 4,1 тысячи торговых точек 2,3 тысячи договоров на аренду заключено с 10 крупными компаниям и холдингами.

Сергей Селиверстов, зам. председателя московского отделения «ОПОРЫ РОССИИ», уверен, что малому и среднему бизнесу в нестационарной торговле место все-таки нашлось, хотя многим ИП действительно пришлось уйти из торговли, в частности из-за возросшей арендной платы, которую они не потянули. Когда заключались первые договора на аренду, цены взлетали на небес из-за ажиотажа. Но и сейчас они держатся на высоком уровне.

— Хотелось бы, конечно, чтобы список объектов был расширен, и ассортимент тоже, — говорит Сергей Селиверстов.— Все-таки когда торгуют только мороженым, водой и газетами, этого явно недостаточно. Мест, где можно купить легкий перекус, тоже не хватает, и у предпринимателей есть интересные предложения по мобильному фудкорту, которые еще будут обсуждаться.

Плюсы реформы, по словам представителя бизнес-сообщества, в том, что аренда стала прозрачнее, также ведется работа по созданию условий торговли для инвалидов. Самый большой минус — сокращение количества точек: по данным «ОПОРЫ РОССИИ», до 2010 года их было приблизительно 11 тысяч. Сейчас, по данным мэрии, их около 9 тысяч, и не всегда их локация привлекательна для бизнеса.

**[«Новые Ведомости»](http://nvdaily.ru/info/108214.html)**

26.09.2017

**Уличная торговля в Москве при Собянине**

Реформа нестационарной торговли, стартовавшая в столице семь лет назад, подошла к концу. Город зачистил площадки у метро и получил рост отчислений в бюджет, но доступными для бизнеса стали ларьки, которые никому не нужны.

Войну с хаотичной торговлей на улицах города Сергей Собянин начал сразу же после наделения полномочиями мэра в октябре 2010 года. Тогда он демонстративно уволил глав Тверского и Пресненского районов столицы. Собянину не понравилась концентрация ларьков в центре. «Подобные вещи не могли возникнуть без ведома местных властей!» — возмущался мэр.

И действительно, при Юрии Лужкове компании, связанные с чиновниками управ и префектур, нередко арендовали у города землю, строили на ней нестационарные торговые объекты и сдавали их мелким предпринимателям. Например, ГК «ТЭН» владела тремя рынками и торговыми павильонами у станций метро «Кузьминки» и «Рязанский проспект». Один из совладельцев ГК «ТЭН» Дмитрий Судьин в конце 1990-х годов занимал пост заместителя главы управы района Рязанский, где и располагаются упомянутые площадки.

Семь прошедших лет выдались нелегкими для ларечников. Правила игры менялись несколько раз. Ларьки разыгрывались на аукционах в управах, предпринимателей заставляли покупать новые ларьки и модернизировать старые, наконец, часть объектов признавали незаконными и сносили десятками по ночам. В итоге власти определились со стратегией в мае 2015 года, когда начали демонтировать киоски, срок аренды которых подходил к концу, и строить новые. Если раньше предприниматели арендовали у города землю и могли возводить на ней разные конструкции, то теперь павильоны строит сам город. Все они, за исключением подземных, имеют четкую специализацию и выполнены в единой стилистике.

«Главной нашей целью было создание прозрачного, понятного для всех участников рынка механизма предоставления права торговли в городских нестационарных торговых объектах (НТО. — РБК). Открытый аукцион в электронной форме позволяет исключить класс рантье, и любой желающий, в том числе начинающий предприниматель, может стартовать свой малый бизнес», — объясняет РБК глава департамента торговли и услуг Москвы Алексей Немерюк.

Сейчас, по данным департамента торговли, в столице размещено 9,1 тыс. НТО (включая площадки, на которых возводятся временные конструкции для торговли бахчевыми летом и елками зимой, а также стоят торговые автоматы). Это число принципиально меняться не будет, как и расположение и специализация торговых объектов. «Можно с полной уверенностью сказать, что в городе завершена реформа нестационарной торговли, — говорит Немерюк. — Поставленные цели и задачи достигнуты — около 400 ИП и организаций заключили договоры на работу в НТО, среди них небольшие региональные компании и начинающие предприниматели».

Удалось ли городу превратить уличную торговлю в рай для малого бизнеса?

***Торги для недоторговцев***

РБК проанализировал все 2,7 тыс. торгов, которые прошли со старта последнего этапа реформы. Всего мэрия за это время сдала в аренду около 4,1 тыс. НТО на улицах города и более 400 в подземных переходах. По словам Алексея Немерюка​, остальные объекты работают по старым договорам и будут постепенно заменяться вплоть до 2020 года. Последние крупные лоты будут разыграны до конца текущего года, затем аукционы на объекты будут проходить время от времени.

Как выяснилось, 2,3 тыс. объектов из 4,1 тыс. на улицах города арендовали всего десять компаний и холдингов. По расчетам РБК, в общей сложности мэрия за пять лет должна получить от арендаторов 7,1 млрд руб., 57% из них придется на десять компаний. В отдельных сегментах концентрация капитала еще выше — например, больше половины всех торговых автоматов досталось компании «Авалон Дистрибьюшн».

***Как мы считали***

На сайте департамента города Москвы по конкурентной политике мы нашли все земельно-имущественные торги, касающиеся нестационарных объектов, с 15 апреля 2015 года (первый зарегистрированный на сайте лот) по 13 сентября 2017 года. Используя номера лотов, мы собрали на инвестиционном портале Москвы информацию о количестве и типе объектов в каждом лоте и определили стоимость пятилетней аренды одного объекта. В случаях, когда на объект претендовал единственный участник, в качестве итоговой цены аукциона использовалась цена без повышения.

Определив победителей аукционов, мы обратили внимание на то, что некоторые из них имеют общих владельцев или связаны через общую головную компанию. Так, мы выделили группу из восьми компаний, через общих владельцев или напрямую связанных с торговым домом «Айсберри»; связанную с ТД «Кардос» группу из трех компаний, имеющих общего совладельца Александра Костюченко; две компании с общим совладельцем Валентиной Коношановой; две компании, входящие в группу распространителей печатной продукции «Логос»; четыре компании — продавца мороженого, совладельцем которых является Дмитрий Холин; две компании, бенефициаром которых является главный редактор газеты «Московский комсомолец» Павел Гусев, и другие связанные друг с другом компании. Информацию о связях между ними мы взяли в базе СПАРК. Данные о ИНН компаний получили из протоколов рассмотрения заявок по интересующим нас лотам.

В исследовании анализировались только наземные объекты; лоты с объектами, расположенными в переходах, не учитывались. В анализе учитывались лоты на размещение торговых автоматов, однако в подсчете объектов они указаны как лот целиком, без учета числа автоматов по одному адресу.

«Город смотрит на мелкорозничную торговлю как на недоторговлю», — считает Сергей Куранов, владелец торгового дома мороженого «Интерайс-Южное». По его словам, властям намного проще найти общий язык с несколькими сетями, чем с сотнями мелких предпринимателей, поэтому правительство культивирует условия для консолидации рынка в руках крупных игроков. «Введение арендованных павильонов выступило катализатором процесса вытеснения малых и средних предпринимателей крупным бизнесом, причем во всех сферах», — согласна Ольга Косец, президент межрегиональной общественной организации «Деловые люди».

В департаменте торговли и услуг говорят, что главная цель реформы — обратная, привлечь малый бизнес. И действительно, на торги допускались только представители малого и среднего бизнеса (оборот до 2 млрд руб. в год и число сотрудников до 250 человек; в реестр не попадают акционерные общества), но крупные игроки легко обходили это ограничение — они выступали от имени разных ООО, а, например, «Айсберри» использовала схему франчайзинга. А ГК «Кардос» была вынуждена сменить форму собственности одного из юрлиц — ОАО «Краснопресненское агентство печати» стало ООО. «Бюрократический идиотизм выкинул нас из соревнования на полгода», — говорит гендиректор ГК «Кардос» Олег Бережной.

Но главным ограничением стала сильная конкуренция за привлекательные объекты. Например, самый дорогой ларек в Москве арендовало ООО «Аматорг» возле станции метро «Молодежная». Начальная цена лота со специализацией «овощи и фрукты» составляла 30 тыс. руб. в месяц, а конечная — более 300 тыс. руб. (это более 18 млн руб. за пять лет). А аренда пресс-стенда у станции метро «Славянский бульвар» в результате конкурса взлетела в 72 раза, до 6,6 млн руб., за пять лет.

«Мне приходилось расставаться с лакомыми адресами, в которых я работал годами, наращивая лояльную базу покупателей, но другого выхода не было, — рассказывает Сергей Куранов. — Я знаю экономику каждой своей точки и понимаю, что арендовать место дороже определенной суммы просто нет смысла. А люди, в основном неопытные новички, взвинчивают ставки до каких-то невероятных цифр, забирают точку и работают потом на ней в убыток».

***Одинокий ларек***

Но больше всего недовольства предпринимателей вызывает даже не скачок цен на привлекательные объекты, а новая схема размещения ларьков и их четкая специализация. Большинство наземных киосков теперь может торговать только определенным видом продукции — мороженым, цветами, выпечкой, овощами и фруктами, печатной продукцией или билетами. Зимой и летом организуются сезонные бахчевые и елочные развалы.

Разыгранные на аукционах павильоны распределены по видам деятельности крайне неравномерно: больше половины обновленных киосков предназначено для реализации печатной продукции, около 900 торговых точек отведено под мороженое. Это привело к непропорциональному сокращению количества павильонов, которые торгуют продуктами питания и цветами, считает доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова Наталья Свечникова.

«Очевидно, что существующий ассортиментный перечень недостаточен ни для самого бизнеса, ни для потребителей, особенно в тех районах Москвы, где инфраструктура торговли в принципе слабо развита», — утверждает Сергей Селиверстов, заместитель председателя совета московского отделения «Опоры России».

На улице и в подземном переходе у станции метро «Рижская» снесли около 20 павильонов с печатной продукцией, продуктами и мороженым, из-за чего в районе возник дефицит недорогих социально значимых продуктов — хлеба и овощей, приводит пример Николай Полукеев, общественный советник при управе Мещанского района Москвы: «Какую-то часть ларьков восстановили, но этого явно недостаточно — спрос все равно превышает предложение. Этим пользуются лоточники-нелегалы, которые размещаются у выходов из метро и перехватывают весь трафик старых павильонов».

Дело в том, что раньше предприниматели сами решали, какой киоск где ставить, и согласовывали это с чиновниками управы. Сейчас решение принимает город, опираясь на постановление правительства Российской Федерации от 09.04.2016 № 291. Учитывается не столько трафик людей, сколько обеспеченность местного населения торговыми площадями. В итоге новые ларьки появляются не у метро, что так не нравится мэру, а в глубине «спальных районов».

«В центральных районах, где мороженое пользуется большим спросом, число киосков сократили в разы, зато поставили в каких-то совсем непроходных зонах, — утверждает Сергей Куранов. — Например, павильон на окраине Внуково так и не смогли разыграть — на него не клюнул даже самый неопытный ипэшник». Многие торговые объекты, право аренды которых выставляется на аукцион, расположены неудачно, и из-за этого они не выкупаются даже по стартовой цене, говорит Сергей Селиверстов.

Новый подход привел к тому, что многие ларьки оказались невостребованы. При том что, по информации департамента по конкурентной политике, киоски сначала устанавливаются и только потом разыгрываются. По данным РБК, 468 лотов на 713 объектов не были разыграны, так как не нашлось желающих их арендовать. Больше всего среди них ларьков и стендов «Пресса» — 482 шт. (это 17% от всех НТО такого типа).

Невостребованные ларьки вновь выставляются на торги через один—три месяца, как правило, по той же цене. Мы нашли 17 лотов, которые выставлялись на аукцион пять раз. Вот, например, киоск «Мороженое» во дворах на Путевом проезде в Алтуфьево был арендован за 9 тыс. руб. в месяц только с пятой попытки единственным участником аукциона — ИП Аразом Мамедовым. 349 раз торги проходили с единственным участником. Нести социальную нагрузку по обеспечению жителей окраин газетами и мороженым предприниматели не хотят.

***Сладкая жизнь***

«Тяжелее всего пришлось мороженщикам: павильоны этой специализации в прошлом году хуже других выступили с окупаемостью, — говорит Сергей Селиверстов. — Мороженое — товар сезонный, а специфика заключения договоров предусматривает существенную предоплату. Предприниматели оказались в крайне невыгодной ситуации: зимой бизнес фактически простаивал, работал только в летний сезон, в результате предприниматели потерпели убытки». Число ларьков с мороженым сократилось с 2,5 тыс. в лужковские времена почти до 900, и предприниматели, по словам Сергея Куранова, рассчитывали на рост выручки в каждой из оставшихся точек. Но чуда не произошло — потребители просто пошли за мороженым в супермаркеты.

«Как только появилась идея, что на рынке мороженого должна быть здоровая, веселая конкуренция, к нам в отрасль хлынуло огромное количество новичков, — рассказывает Куранов. — Почему-то все думают, что мороженое — это манна небесная и каждый киоск будет приносить по 10–20 тыс. руб. выручки за день, что, конечно же, полная утопия». В итоге на один лот в проходном месте претендовало до 20 компаний, которые поднимали цены в десятки раз. Например, ИП Армен Бениаминов арендовал на Манежной площади тележку с мороженым на пять лет за 558 тыс. руб. в месяц при стартовой цене лота 11,5 тыс. руб.

Лидерство на рынке павильонов мороженого удерживает компания «Айсберри» — до введения аукционной системы она владела 600 ларьками, сейчас, по словам руководителя направления розничных продаж Сергея Тубольцева, под брендом «Айсберри» работает около 400 киосков. Компания сделала ставку на франчайзинг. «Такая схема позволяет неопытным предпринимателям легче стартовать в бизнесе — работать под известным брендом и приобретать товар напрямую у производителя с существенной скидкой и полным логистическим обслуживанием, а нам поддерживать объемы производства на прежнем уровне», — говорит Тубольцев. Своим партнерам компания советует занимать как минимум пять нестационарных объектов: выйти в плюс, арендовав один-два ларька, нереально.

Рынку уличного общепита пришлось еще тяжелее: его реформа уничтожила как явление. Палаток с шаурмой, хот-догами и блинами теперь не найти. По оценкам основателя и управляющего сети блинных «Теремок» Михаила Гончарова, владельцам общепита пришлось закрыть около 2 тыс. уличных точек. «Мы закрыли 12 точек, но их оборот соответствовал обороту двух стационарных ресторанов, которых у нас на сегодня в Москве 150. То есть мы потеряли около 1% оборота», — резюмирует Гончаров.

Запрет на нестационарный общепит отчасти и стал причиной бума на рынке мороженого, считает Сергей Куранов: «Ведь это же был пласт экономики, которому сказали: «Спасибо, до свидания». И снесли всех. А оставшиеся без точек бизнесмены были рады уцепиться за любую соломинку и рванулись в ближайшую смежную отрасль — мороженое».

***Под прессом***

Рынок печати в связи с реформой тоже переживает не лучшие времена, признает Олег Бережной. Этот холдинг потратил на аренду НТО «Пресса» больше других компаний и получит, по расчетам РБК, 558 объектов. Однако до реформы у холдинга было больше 1 тыс. киосков и пресс-стендов в собственности на арендованной у города земле.

По словам Бережного, в результате реформы общее количество объектов по продаже печатной продукции в городе не изменилось — сейчас их около 2,3 тыс. Зато заметно ухудшилось качество их расположения. Около станций метро оставили по одному киоску «Пресса», хотя годами там уживались по несколько благодаря высокому потоку людей. В итоге в ларьки у метро выстраиваются очереди, а в спальных районах в киосках очень низкая выручка.

Проблемы начались в 2015 году, когда компании пришлось демонтировать все павильоны, которые двумя годами ранее она обновила по собственной инициативе, потратив на это около 70 млн руб. Часть из этих киосков правительство Москвы выкупило у «Кардоса» по цене в 1,5–2 раза ниже, чем потратила компания. «Я доказывал, просил, вопил о том, что эта реформа должна учитывать интересы действующих игроков, но она оказалась бульдозером, против которого нет приема, — говорит Бережной. — Бульдозер нас переехал, мы выжили, но дышим еле-еле».

Смирившись с потерями, «Кардос» принял решение бороться за точки на аукционах. Из-за ажиотажа арендные ставки по итогам торгов взлетали в 10–20 раз. Лот из двух киосков у станции метро «Водный стадион» в ходе торгов подорожал в 35 раз — за каждый из них за пять лет придется отдать по 3,3 млн руб. Теперь «Кардос» должен ежемесячно платить устроителю аукционов КП «Мосгорпечать» около 10 млн руб. в месяц.

После реформы состав игроков на рынке печати изменился, говорит Олег Бережной. Корифеи, которые раньше владели сотнями киосков, — «ЦентроПечать», «Роспечать», «АРИА-АиФ» и др. — ушли с московских улиц. Прекратили работу сотни мелких предпринимателей. «Собрать кипу документов, необходимых для участия в аукционах, без помощи юристов очень сложно, а залог в размере трех арендных ставок стал фактически заградительной мерой для ипэшников», — говорит Олег Бережной. По его словам, до 2015 года печатную продукцию в Москве продавали больше тысячи предпринимателей, которые владели одним-двумя киосками и закупали продукцию у более крупных компаний, теперь же их осталось не больше двух десятков. Выручка ГК «Кардос» в Москве сократилась в три раза, многие точки работают в минус, маржинальность всей столичной сети колеблется около нуля.

«Мы выживаем за счет розницы в других городах и поставок печатной продукции в крупные сети — например Х5 Retail Group», — признает Бережной. «Кардос» уже вернул городу несколько десятков арендованных объектов, которые приносили убытки, потеряв несколько миллионов рублей. От того, чтобы полностью свернуть работу на улицах Москвы, бизнесмена удерживает только ностальгия: «Мы строили свою сеть 25 лет, а в итоге из владельцев самой крупной компании на рынке прессы Москвы превратились в обычных арендаторов. Уходить просто жалко, мы зависли над пропастью, но сдаваться не собираемся — мы профессионалы».

***Оскал капитализма***

Реформа серьезно ударила по малому бизнесу, но есть у нее и очевидные плюсы, считает Дмитрий Шиманов, генеральный директор исследовательской компании MAR CONSULT. «Изменение правил игры на рынке нестационарной торговли решило много вопросов, не последним из которых был вывод оборотов палаток в белое русло, — говорит Шиманов. — Раньше в ларьках не было не то чтобы электронной кассы с paypass-терминалом, а вообще не было кассы. Это создавало приличную теневую экономику, которая обделяла бюджет, формировала криминальный потенциал».

Реформа положительно повлияла на рынок, согласен Сергей Тубольцев: «Раньше в нестационарной торговле царил полный хаос и «шанхай» — когда каждый строил себе ларек, исходя из своих финансовых возможностей и эстетических соображений. Город проделал серьезную работу, спроектировав новые типовые торговые объекты. Они удобны в эксплуатации, выполнены в едином стиле, выглядят современно и привлекательно».

От реформы выиграл в первую очередь бюджет — за счет резкого роста отчислений, считает Татьяна Козлова из ГК SRG. «В 2015 году, когда были переданы в аренду первые нестационарные торговые объекты, поступления в бюджет превысили аналогичный показатель предыдущего года на 20%. К концу 2017 года ожидается увеличение бюджетного эффекта от размещения объектов нестационарной торговли в несколько раз», — утверждает Козлова. По словам Алексея Немерюка, поступления в бюджет от арендной платы за торговлю в нестационарных объектах с 2015 года увеличились в 15,4 раза в расчете на 1 кв. м. По информации на сайте «Открытый бюджет Москвы», НТО принесли в бюджет города с начала года до 19 сентября 223,7 млн руб.

Сергей Куранов из «Интерайса», который до 2015 года владел сотней киосков, теперь арендует вдвое меньше точек, 25 из которых планирует вернуть городу из-за нерентабельности. Партнеры «Айсберри» тоже планируют вернуть городу около 100 ларьков, признает Тубольцев.

Если киоск не оправдал надежд предпринимателя, просто остановить торговлю не получится: придется понести серьезные штрафные санкции. Дело в том, что перед тем как арендовать павильон, предприниматель оставляет залог — три—шесть арендных ставок. При расторжении договора вся сумма остается в казне.

Исход из неудачных ларьков — тренд ближайшего года, уверен Куранов: «Мы, конечно, жаловались и в департамент, и в правительство, но они этот «плач Ярославны» слышали не раз. Винить здесь некого: это действительно капиталистическая система, где цены регулируются спросом и предложением».

Часть предпринимателей уже успела вернуть выигранные объекты городу, признает Алексей Немерюк, но происходит это исключительно из-за необоснованно высоких арендных ставок, которые устанавливают в ходе аукциона сами же участники. Возвращенные городу объекты снова будут выставляться на аукцион, их расположение и специализация не меняются.

[**«Regnum»**](https://regnum.ru/news/2326427.html)

25.09.2017

**Что дала Москве реформа уличной торговли?**

**Уничтожили общепит и снизили ассортимент продукции, считает эксперт**

Реформу нестационарной торговли в Москве нельзя назвать удачной — она пошла на пользу лишь крупном сетевому ретейлу, считает заместитель председателя Московского отделения «Опора России» Сергей Селивёрстов. Как он заявил 25 сентября корреспонденту ИА REGNUM, реформа упорядочила схему торговли в организационном плане, однако заметно снизила ассортимент продукции. При этом такой сегмент рынка, как общепит, был полностью уничтожен.

«Говорить, что во всём реформа закончилась удачно, я бы не стал. Немного упорядочили в организационном плане, теперь понятна схема, есть объект, он выставляется на торги, принимаешь участие, выигрываешь, работаешь. Раньше была не совсем прозрачная схема, по каким договорам работали. Но сейчас порой, многие с этим сталкивались, не понимаешь, где купить бутылку воды, это серьёзная проблема», — отметил Селивёрстов.

Основная масса объектов НТО — это мороженое, печать, цветы, билеты. Определённый мизер остался на овощи, фрукты и хлебобулочные изделия, и это при том, что данная специализация была бы однозначно востребована в спальных районах. Хлебобулочную и овощную продукцию можно было бы распространить вблизи мест с высокой проходимостью, рядом с ТПУ, где проходит интенсивный пассажиропоток, а также в спальных районах, где люди вынуждены, чтобы зайти в стационарный магазин, делать «крюк». Поэтому те критерии, по которым объекты в своё время исключались из места дислокации, вызывают вопросы. Один из критериев был следующий: нахождение объекта НТО в непосредственной близости от стационарных объектов с тем же перечнем. По словам Селивёрстова, в этом присутствует некая лукавость властей.

«Сейчас и печать, и мороженое в большинстве своем в стационарных магазинах присутствуют, почему тогда эти объекты с этими специализациями стоят? В результате один и тот же ассортиментный перечень реализуется и в стационарных магазинах, и в НТО поблизости, а другие наименования просто удаляются», — подчеркнул эксперт.

Он также отметил, что уличной торговли сейчас недостаточно. Те павильоны, которые есть сейчас, не всегда удобно расположены с точки зрения потребителей, а значит, и привлекательно с точки зрения бизнеса. Это доказывают торги: очень много объектов невостребовано, место, выбранное для объектов, не особо эффективно, а там, где есть хорошая проходимость, цены за аренду выше в 4−5 раз. При этом остаётся актуальным вопрос окупаемости. Например, в объектах «Мороженое» торговля идёт исключительно сезонная, поэтому они не всегда могут окупить свою арендную ставку в осенне-зимний период. Беспокойство также вызывает тот факт, что снижен ассортиментный перечень и полностью уничтожен общепит.

«Уничтожили вообще общепит. У нас сейчас нестационарных точек общепита не осталось вовсе. Это большой минус, данный сегмент объектов уничтожен полностью. Была хорошая инициатива у предпринимателей развить формат «ресторан на колесах», но по таким объектам до сих пор нет регламента», — добавил он.

Отметим, что реформа ограничила также и работу театральных касс. Большинству точек пришлось закрыться и перейти на работу в онлайн-режим.

«Театральные кассы — это востребованные объекты, они нужны, их не так много, допустим, гости столицы не всегда могут воспользоваться онлайн-продажами, проще купить так. Данный ассортимент необходим», — считает Селивёрстов.

В метро была другая история: объекты удалялись под предлогом безопасности пассажиров, поэтому, как отметил эксперт, не может не вызывать удивления тот факт, что сейчас эти объекты появляются вновь. Торговые места метрополитен разыгрывает самостоятельно, вне зависимости от города.

«Резюме таково, что вся реформа прошла в пользу крупного сетевого ретейла, потому что, убрав вокруг стационарных магазинов объекты уличной торговли, конкуренции это не прибавило», — заключил он.

Отметим, как ранее РБК рассказал глава департамента торговли и услуг Алексей Немерюк, реформа нестационарной торговли в Москве официально завершена. На данный момент в столице работает 9,1 тыс. киосков, их количество и расположение принципиально не изменится.

**ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО БИЗНЕСА**

[**«Регнум»**](https://regnum.ru/news/economy/2323769.html)

19.09.2017

**Нет смысла кормить малый бизнес с ложечки, если у него связаны руки**

*Нужен серьезный прорыв и перестройка системы подхода к малому бизнесу, заявил эксперт*

Выступление главы Минэкономразвития Максима Орешкина было скорее формальным. По сути проблемы были названы, тем не менее, о реальных путях их решения и помощи бизнесу сказано не было, заявил корреспонденту ИА REGNUM член президиума «Опоры России» Кирилл Дмитриев.

«В своем выступлении министр зафиксировал многие проблемы, которые стоят перед малым и средним бизнесом — проверки, административные барьеры, дублирующиеся надзорные функции, недостаточное финансирование. Однако весь этот перечень был и ранее известен», — отметил эксперт.

К сожалению, не было озвучено никакой конкретики, а бизнес ждет от Министерства экономического развития РФ какой-то более активной позиции, сказал он.

«Значительно больше реальной оценки ситуации прозвучало в словах Алексея Кудрина, Германа Грефа и Игоря Шувалова. На мой взгляд, они гораздо глубже понимают нынешнее положение дел бизнеса и осознают необходимость перемен», — высказал сове мнение Дмитриев.

Последующие вступающие, в том числе Кудрин и вице-президент Сбербанка РФ по развитию малого бизнеса Сергей Борисов, справедливо отметили, что снятие каких-либо контрольных функций не приведет к увеличению числа занятого населения в малом и среднем бизнесе. Ставится амбициозная цель — увеличить число малых предприятий минимум в два раза, напомнил Дмитриев.

«Так вот, это не решило бы задачу — здесь нужен серьезный прорыв и перестройка системы подхода к малому бизнесу. — считает эксперт. — Сергей Борисов очень красноречиво выразился на эту тему: «Зачем кормить малый бизнес с ложечки, если у него связаны руки?».

Напомним, 18 сентября министра экономического развития РФ Максим Орешкин выступил на пленарном заседании юбилейного форума «Опоры России», где заявил, что нужно давать малому бизнесу возможность расти и становиться крупнее. Он назвал важные моменты, на которые стоит обращать внимание, чтобы малый бизнес рос.

[**«ОТР»**](https://otr-online.ru/programmi/novosti-otrazhenie-nedeli/zhizn-malogo-biznesa-73272.html)

17.09.2017

**Жизнь малого бизнеса**

Сегодня мы запускаем сериал "Жизнь малого бизнеса". Каждую неделю мы будем показывать репортажи о тех, кто несмотря на трудности, все же зарабатывает. Как им это удается?

В центре Москвы все больше и больше витрин с надписью "АРЕНДА". Закрываются торговые центры, банки, рестораны. Но свободные площади никто занимать не торопится. Если арендная плата не по карману крупным бизнесменам, то мелким и средним предпринимателям она тем более не по зубам.

При этом с августа 2016 года количество малых предприятий выросло на 7%, а это 400 000 новых компаний. Аналитики осторожно говорят о том, что малый бизнес нашел новые модели развития. Одна из них - отказываться от мономагазинов и объединяться с такими же предпринимателями или торговыми сетями.

Джон Кописки, предприниматель: "Для нас это очень дорого. Потому что мы должны идти - продаваться, бухгалтер и так далее. Это очень дорого, это больше как реклама".

Семейная компания англо-русского фермера Джона Кописки дает в месяц 6 тонн сыра. Но открывать собственные магазины предприниматель не стал. Вместе с женой Джон посчитал расходы и доходы и отправился в сетевой супермаркет - договариваться.

Джон Кописки, предприниматель: "Если я скажу - вот, мы продаем сыр на "Перекресток", - это значит, у нас хорошее качество. У них очень строгий контроль. Они проверят все -все -все. Для меня это тоже помощь. Они – партнеры".

Мед, последний в этом году, собирают пчелы с пасеки Сыроежкиных. Их здесь два миллиона, и каждая приносит пасечнику Сергею один рубль прибыли в год - получается два миллиона рублей. Когда Сергей заводил пасеку, с продажами меда оптом решил не связываться - невыгодно.

Сергей Сыроежкин, предприниматель: "Оптовые цены на мед в два раза ниже, чем розничные. Поэтому для получения хорошего дохода пчеловод должен стараться реализовать в розницу сам свой мед".

Сергей отправился на конкурс для фермеров, который организовал майкопский гипермаркет "Магнит". Победители получали льготные условия аренды, а гипермаркет расширял свой ассортимент за счет фермерской продукции. Так появилась палатка Сергея - небольшая, но торговля идет бойко. За килограмм меда пасечник просит по 350 рублей. Начинал Сергей с 12 сортов меда, а сотрудничая с торговой сетью, расширил ассортимент: сейчас меда больше 20 сортов, да еще и косметика на основе прополиса.

В кондитерской крупного супермаркета в Чусовом всегда многолюдно. Свежую выпечку привозят прямо из цеха - еще горячей, и на прилавке она не задерживается.

Светлана Кропачева, субарендатор "Пятерочки": "Я была покупателем "Пятерочки" и случайно увидела объявление, что сдаются площади в аренду. Решила попробовать, позвонила по телефону, достаточно быстро заключили договор".

За несколько лет Светлана открыла 12 точек. На очереди еще три. Субаренда у крупного ритейлера стала для нее не возможностью продержаться, а стратегией развития.

Алексей Рябинин, член совета Московского городского отделения "Опоры России": "Есть снижение общего спроса на товары и услуги, который вызван и снижением доходов населения, в первую очередь, и он вызван также снижением объема и госзакупок, и снижением вообще госзаказов и тех денег, которые в экономике обращаются. Бизнес - он адаптировался вот к этим внешним условиям".

В США на каждый супермаркет приходится 10 магазинов шоп-ин-шоп. В России - три. У магазинов "Пятерочка", "Перекресток", "Карусель" около 29 тысяч торговых точек-партнёров, примерно столько же у сети "Магнит". Шестая часть предпринимателей продает хлеб, мясные изделия, рыбу, овощи, фрукты, мед и другие эксклюзивные продовольственные товары, которых нет в супермаркетах.

Илья Ломакин-Румянцев, председатель президиума Ассоциации компаний розничной торговли: "Это выгодно для большого магазина, потому что это дополнительное привлечение покупателей. Люди, идя за какими-то уникальными покупками, заодно заходят и в основной магазин. Это выгодно фермерами, арендная плата здесь ниже".

Прачечные самообслуживания для России в новинку, поэтому у Олега Масленникова здесь практически нет конкурентов. Изучив западный опыт, он пошел в соседний гипермаркет "Магнит" и предложил им пустить его на свободную площадь. Эксперимент оказался успешным как для бизнесмена, так и для крупного ритейлера. Поток людей в супермаркете большой, в основном жители окрестных домов - отличные клиенты для прачечной. Хозяйка загружает белье в машину и отправляется за покупками. Одна прачечная быстро выросла в сеть, и теперь в магазинах "Магнит" стирают белье жители нескольких регионов.

Олег Масленников, предприниматель, субарендатор "Магнита": ""Фишка " в том, что услуга народная, массовая. Мы рассчитываем не на богатых людей. Торговые центры снижают арендные ставки и понимают, что мы им точно нужны. Мы привлекаем трафик".

Малый бизнес вынужден приспосабливаться. Выбывают слабые игроки, открываются новые ниши, развивается интернет-торговля. Сетевые магазины поддерживают мелких предпринимателей, а те предоставляют десятки услуг, которые сети не в состоянии предложить потребителям самостоятельно. Получается режим "одного окна": пришел за продуктами, заодно починил обувь, сделал ключи и купил лекарство.

В России сейчас почти шесть миллионов таких компаний. 95% - как раз микробизнес, он и обувь починит, и ключи изготовит.

Но реально работают, по оценке экспертов, только около трех миллионов, то есть, примерно половина микро и малых предприятий. Остальные существуют на бумаге. Думский комитет по финансовым рынкам предложил на этой неделе правительству поддержать малый бизнес, включить его в государственную систему обязательного страхования.

У небольших предприятий сейчас на банковских счетах почти два триллиона рублей. Для сравнения, личных сбережений россиян в банках - почти 32 триллиона. То есть, финансовые возможности российского малого бизнеса - это всего шестнадцатая часть от депозитов и пенсионных сбережений населения.

Ссылка на видео: <https://otr-online.ru/programmi/novosti-otrazhenie-nedeli/zhizn-malogo-biznesa-73272.html>

[**«Коммерсант»**](https://www.kommersant.ru/doc/3396431)

18.09.2017

**Похоронен за плинтусом**

**Дмитрий Несветов видит единственный выход из кризиса без революций — через малый бизнес**

Почему вопреки провозглашенному властью курсу "открытых дверей" малый бизнес остается самым ущербным сегментом экономики

Дмитрий Несветов, член Совета московского отделения "Опоры России":

Начну с цифр — они нагляднее. В США и многих странах Европы малый бизнес формирует до 50 процентов ВВП, в Китае — до 60 процентов, в Скандинавии этот процент доходит до 70. Дмитрий Медведев не так давно называл цифру для России — более 20 процентов. Премьер не то чтобы погорячился, просто у нас традиционно считают малый бизнес вкупе со средним. Если же их разделить, то, по косвенным данным Росстата и "Опоры России", доля "малого" в стране остается 10, от силы — 12 процентов ВВП...

В нынешние сложные экономические времена власти не скрывают, что ищут некую спасительную идею, которая позволила бы оттолкнуться от кризисного дна. Попробовали импортозамещение — не помогло, поиграли с госинвестициями и госпрограммами — результат не тот, на который рассчитывали. Теперь ищут дальше. По сути, изобретают велосипед: во всем мире рецепт давно найден — именно малый бизнес традиционно считается единственным органическим драйвером роста экономики. Просто потому что он — активный, разнообразный, не требует миллиардных инвестиций, легко приспосабливается к условиям. От государства для его развития требуется одно — не мешать, не зажимать. И иного пути выхода из кризиса без революций нет.

Но эта простая истина совсем не очевидна для российских властей. Говорю о властях, потому что Герман Греф, назвавший недавно малый бизнес "фабрикой по отмыванию доходов, полученных незаконным путем", осознанно или нет, но выразил то, что у власти на уме, а у банкиров (глава Сбербанка — не первый и не единственный, кто нелестно отозвался о малом бизнесе) — на языке. Да, власть, в отличие от банкиров, поет мантры про важность и нужность всех видов бизнеса, но на деле действует иначе, и отношение к малому бизнесу у нее — пренебрежительное, недоверчивое. По крайней мере, мы, малый бизнес, ощущаем "заботу" и "внимание" властей именно так.

На последнем Гайдаровском форуме прозвучала занятная информация: если в начале 2000-х годов государство контролировало треть ВВП, то к концу 2016-го — свыше 70 процентов. Контроль — прямой или косвенный, через государственные и квазигосударственные структуры. Власти так удобно. Ей комфортно, когда одним телефонным звонком можно провести газификацию села. И сокращение числа банков идет не только в целях "очистки рядов", но и ради того, чтобы регулятору было проще их контролировать.

Я не понимаю, почему экономический блок правительства сегодня называют "либеральным". Разве что в силу традиции, ведь министры, по-видимому, не сомневаются, что чем больше государства в экономике, тем лучше. Нынешнюю экономическую модель России иначе как государственно-монополистический капитализм и не назовешь. Вот только в отличие от времен Владимира Ильича "капитализм" с его частной инициативой — тут самое слабое звено, куда больше монополий под контролем государства. Такая модель удобна власти, но не устойчива: бюджетные концы с концами не сводятся, целые сектора экономики не развиваются, о структурных реформах вообще не говорю. Но власти комфортно. Комфортно, пока она хоть как-то может исполнять социальные обязательства. Но тотальный контроль — всегда иллюзия. Если "точки контроля" не развести на разные уровни системы, то и "банкротство" по соцобязательствам, прежде всего пенсиям, не за горами.

Почему малый бизнес — хребет любой экономической системы? Ответ простой: потому что только он способен эффективно организовать встречу розничного производителя и торговца с массовым потребителем. Потому что только на этом уровне есть серьезная конкуренция за потребителя, а это синоним качества, а не борьбы за госресурсы и за доступ к госзаказу. Последний, кстати, власти обещали малому бизнесу. И формально дали: на бумаге поставщиками и подрядчиками в госзаказах нередко выступают малые предприятия. Но это как раз тот случай, о котором и говорил глава Сбербанка: когда государство и его традиционные подрядчики ради тендеров и закупок через третьих лиц создают компании в форме малых предприятий. Да и в сфере финансов, столь неразрывно связанной с государством, бюджетными и квазибюджетными деньгами, происходит то же самое. К реальному бизнесу эти "отмывочные конторы" не имеют никакого отношения. Стоит ли обвинять в мошенничестве малый бизнес? Похоже на попытку переложить проблему с больной головы на здоровую.

Почему малый бизнес — хребет любой экономической системы? Потому что только на этом уровне есть серьезная конкуренция за потребителя, а это синоним качества, а не борьбы за госресурсы и за доступ к госзаказу

Я знаю немало бизнесменов — владельцев малых предприятий и индивидуальных предпринимателей, которых Сбербанк занес в свои черные списки на основании своих формальных критериев. Что за критерии? Например, частое использование наличного оборота. А как иначе, ведь за МКАДом движение средств по безналу практически прекращается и в стране, как и прежде, действует наличная экономика. В вину бизнесу ставится и совпадение должностных лиц, в частности главбуха, гендиректора и собственника. Но ведь малое предприятие на то и малое, что работников там немного — подчас один-два. Или еще претензия: "частые операции одного и того же рода". Знаю, что попытки бизнеса доказать, что так и нужно, не находили у банкиров отклика, у людей возникали серьезные проблемы: попав в черный список одного банка, такие компании оказываются изгоями и в других.

Банки же явно противятся давать деньги малому бизнесу. Не заинтересованы они "размениваться по мелочам". Кто-то из банкиров даже обвинял малый бизнес в том, что он поголовно не отдает кредиты. Лично я не слышал о том, чтобы в этом сегменте бизнеса относительный вес невозвратов был существенно больше, чем у среднего или крупного бизнеса. Но психологию не изменить: если в представлении банкиров риски от работы с малым бизнесом выше, чем желание заработать, кредитуя небольшие частные проекты, с этим ничего поделать нельзя. Государство номинально попыталось — создало АО "Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства" под руководством Александра Бравермана. И что? Это такая же бюрократическая структура со своими же суверенно-чиновничьими критериями отбора: какие-то деньги кому-то она дает, но системного влияния на развитие малого бизнеса не оказывает. Ее финансовые механизмы работают в весьма ограниченном пространстве. Борис Титов сказал, что малый бизнес в России находится в подполье. Я бы выразился иначе: он, как в бестселлере Павла Санаева, "похоронен за плинтусом".

И так там и останется, если не будут убраны преграды с пути его развития. Назову их по степени значимости: тотальный госмонополизм (доля государства должна быть принудительно сокращена); нечеткие правила игры (фискальные правила для малого бизнеса меняются ежегодно и все в сторону утяжеления); административная нагрузка (избыточные правила, регламенты и ограничения мешают развернуться конкуренции); силовое давление на бизнес; ограниченный доступ к финансовым ресурсам.

Сделать это можно. Необходима только политическая воля самого высокого порядка. И осознание, что дальше дороги нет: проторенная колея госмонополизма ведет в тупик.

[**«РЕГНУМ»**](https://regnum.ru/news/2325095.html)

22.09.2017

**СМИ заподозрили брянского губернатора в избыточной поддержке кролиководов**

Процесс импортозамещения может быть хорошим прикрытием для масштабного освоения госсредств, полагает Денис Беляков, автор статьи «Как в российских регионах кроликов разводят», опубликованной 21 сентября «Независимой газетой». Предлагаем полный текст статьи вашему вниманию

«Предприятие «Племенной завод кроликов» из Татарстана должно было стать передовым кролиководческим хозяйством в России. Но идейный вдохновитель и первый руководитель компании Анатолий Крамин был осужден на 4 года за присвоение средств инвестора, причем, как сообщало издание «Бизнес Online"(25.04.09), «следствие установило, что путем сложных многоступенчатых манипуляций Крамин присвоил и «отмыл» 14,8 млн рублей» из выделенных 37 млн. Инвестором выступало государство в лице Инвестиционно-венчурного фонда Республики Татарстан. Государственные деньги возвращены не были, но реальный срок Крамину заменили на условный. Сам бизнесмен заявлял, что «просто ошибся в расчетах», сообщало издание «Реальное время» (20.06.17). В 2017 году несколько похожие на татарстанскую схемы траты госсредств «на кроликов» можно наблюдать и в других регионах страны.

«Рынок сейчас фактически только формируется. Оценочно, в России производится 15−20 тысяч тонн мяса кроликов в год, но большая часть этого объема приходится на личные подсобные хозяйства. Промышленный сегмент дает незначительный объем», — рассказывал СМИ президент Национального союза кролиководов Алексей Емельянов. Действительно, россияне не жалуют кроликов в качестве повседневной пищи. По данным экспертов, в среднем, в год житель России потребляет 100 грамм крольчатины, в то время как в Европе этот показатель приближается к 2 килограммам. Но региональные власти пытаются развивать кролиководство на своих территориях в соответствии с принципами импортозамещения. Однако под благими принципами иногда скрываются меркантильные интересы.

Губернатор Брянской области Александр Богомаз ранее руководил крестьян-ско-фермерским хозяйством. Сейчас этим КФХ управляет его жена, которая, по данным РИА Новости (29.08.17), занимает третье место в списке самых богатых жен чиновников России. Руководитель региона не понаслышке знает о проблемах бизнеса, поэтому повсеместно заявляет, что «главная задача власти — не мешать инвесторам». Недавно он посетил строящийся в Карачевском районе промышленно-кролиководческий комплекс «СВК АГРО», который, как заявляется, должен стать крупнейшим в России и руководителем которого является московский адвокат Сергей Ковбасюк. Несколько онлайн-изданий сообщали, что в комплекс на 4000 голов планируется вложить более 1 млрд рублей. Это позволит выпускать на Брянщине 400 тонн крольчатины в год. Губернатор доволен и отмечает, что «открытие такого производства на Брянской земле — это тоже ответ на санкции, которые ввел Запад». Однако эксперты недоумевают. В частности, как оценивал журнал «Агроинвестор» (июнь 2015), крупный комплекс на 9600 кроликоматок с выходом мяса 900 тонн год стоит всего 450 млн рублей. Ответ на вопрос, почему планируемые траты на брянский проект обозначаются в 2 раза больше, чем эта сумма, может крыться в источнике этих средств.

Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства (МСП) была создана в 2015 году как раз с целью поддержки бизнес-инициатив в России. Учредителями корпорации стали Федеральное агентство по управлению государственным имуществом и госбанк «Внешэкономбанк» (ВЭБ). В структуру корпорации от ВЭБа был передан МСП Банк, который и осуществляет кредитование перспективных проектов. Именно этот банк и поможет «СВК АГРО». «Наша компания активно пользуется мерами государственной поддержки бизнеса. Так, заемное финансирование на пополнение оборотных средств мы планируем получить в МСП Банке», — рассказывал «Ленте.ру» (05.07.17) член совета директоров «СВК АГРО» Юрий Смирнов. Почему этот проект был признан перспективным, в корпорации МСП не сообщалось. Но нужно отметить, что по данным сайта Генпрокуратуры РФ, в декабре 2015 года это ведомство расследовало факт завышения процентных ставок в МСП Банке. Тогда было выявлено, что «МСП Банком ограниченному кругу субъектов малого и среднего бизнеса создаются преимущественные условия по получению кредитных ресурсов», — сообщал сайт Генпрокуратуры (25.12.15).

Если посмотреть в отчетность Корпорации МСП за 2016 год, оказывается, что более половины кредитного портфеля выдано всего 10 крупнейшим заемщикам, более трети — всего 3 заемщикам, сообщал деловой еженедельник «Профиль» (19.07.17). «Сейчас же в Корпорации МСП особо ничего не хотят делать, не хотят связываться с реальным бизнесом: не дай бог будут риски, убытки. Так очень удобно работать. Вот они и работают, создают деньги», — говорил изданию член президиума «Опоры России» Юрий Савелов. Однако корпорация с легкостью оказывает многомиллионную поддержку сельхозпредприятию «СВК АГРО», у которого, если судить по имеющейся в СМИ информации, нет опыта в заявленной сфере. Возможно, дело в заинтересованности в проекте региона, где располагается предприятие.

Среди элиты Брянской области не только губернатор заинтересован в развитии сельского хозяйства. Так, в ТОП-50 рейтинга Forbes госслужащих и депутатов по доходам входят четыре представителя Брянщины. Наравне с губернатором (11 место) в списке три депутата Брянской городской думы, имеющих бизнесы в агросекторе (22, 44, 47 места). Они опережают по доходам председателя ВЭБа Сергея Горькова (50 место). Возможно, именно из-за бизнес-интересов брянских руководителей фирме московского адвоката была открыта кредитная линия для проекта, озвученные затраты на который могут превышать реальные потребности в 2 раза. Судя по данным ЕГРЮЛ, само предприятие «СВК-АГРО» было зарегистрировано в конце 2015 года, его учредителем стала Светлана Стец, в активе которой уже есть предприятие, прошедшее процесс ликвидации.

Попадет ли под ликвидацию «СВК-АГРО» и как скоро — покажет время. А пока недавно зарегистрированная фирма рассчитывает на сотни миллионов рублей государственной поддержки, а кредиты могут быть пропущены через процесс закупки оборудования. Параллельно губернатор приезжает на строящийся объект, а обывателям рассказывают про программу импортозамещения.

Но не во всех регионах подобным образом разводят кроликов. Так, совсем по другому обстоят дела в Калужской области. Как сообщает «Агроинвестор» (апрель 2017), там сын певца Владимира Высоцкого Никита вкладывает 40 млн рублей в семейное КФХ, при этом рассчитывает лишь на 8,5 млн рублей государственного гранта. А в Ярославской области создают целый кролиководческий кластер с научным генетико-селекционным центром.

Предшественник Богомаза на посту главы Брянской области Николай Денин был отправлен в отставку в связи с утратой доверия президента РФ. По словам Александра Богомаза, в разговоре с президентом было сказано, что его предшественник на посту губернатора лишился поста из-за подозрений в коррупции, сообщали «Вести» (12.09.14). Возможно, теперь тучи сгущаются над самим Богомазом. Не слишком ли открыто губернатор поддерживает проект, к которому возникает так много вопросов?».

[**«Независимая газета»**](http://www.ng.ru/economics/2017-09-21/100_170921rabbit.html)

21.09.2017

**Как в российских регионах кроликов разводят**

Предприятие «Племенной завод кроликов» из Татарстана должно было стать передовым кролиководческим хозяйством в России. Но идейный вдохновитель и первый руководитель компании Анатолий Крамин был осужден на 4 го-да за присвоение средств инвестора, причем, как сообщало издание «Бизнес Online»(25.04.09), «следствие установило, что путем сложных многоступенчатых манипуляций Крамин присвоил и «отмыл» 14,8 млн рублей» из выделенных 37 млн. Инвестором выступало государство в лице Инвестиционновенчурного фонда Республики Татарстан. Государственные деньги возвращены не были, но реальный срок Крамину заменили на условный. Сам бизнесмен заявлял, что «просто ошибся в расчетах», сообщало издание «Реальное время» (20.06.17). В 2017 году несколько похожие на татарстанскую схемы траты гос-средств «на кроликов» можно наблюдать и в других регионах страны.

«Рынок сейчас фактически только формируется. Оценочно, в России производится 15−20 тысяч тонн мяса кроликов в год, но большая часть этого объема приходится на личные подсобные хозяйства. Промышленный сегмент дает незначительный объем», - рассказывал СМИ президент Национального союза кролиководов Алексей Емельянов. Действительно, россияне не жалуют кроликов в качестве повседневной пищи. По данным экспертов, в среднем, в год житель России потребляет 100 грамм крольчатины, в то время как в Европе этот показатель приближается к 2 килограммам. Но региональные власти пытаются развивать кролиководство на своих территориях в соответствии с принципами импортозамещения. Однако под благими принципами иногда скрываются меркантильные интересы.

Губернатор Брянской области Александр Богомаз ранее руководил крестьян-ско-фермерским хозяйством. Сейчас этим КФХ управляет его жена, которая, по данным РИА Новости (29.08.17), занимает третье место в списке самых богатых жен чиновников России. Руководитель региона не понаслышке знает о проблемах бизнеса, поэтому повсеместно заявляет, что «главная задача власти — не мешать инвесторам».

Недавно он посетил строящийся в Карачевском районе промышленно-кролиководческий комплекс «СВК АГРО», который, как заявляется, должен стать крупнейшим в России и руководителем которого является московский адвокат Сергей Ковбасюк. Несколько онлайн-изданий сообщали, что в комплекс на 4000 голов планируется вложить более 1 млрд рублей. Это позволит выпускать на Брянщине 400 тонн крольчатины в год. Губернатор доволен и отмечает, что «открытие такого производства на Брянской земле — это тоже ответ на санкции, которые ввел Запад». Однако эксперты недоумевают. В частности, как оценивал журнал «Агроинвестор» (июнь 2015), крупный комплекс на 9600 кроликоматок с выходом мяса 900 тонн год стоит всего 450 млн рублей. Ответ на вопрос, почему планируемые траты на брянский проект обозначаются в 2 раза больше, чем эта сумма, может крыться в источнике этих средств.

Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства (МСП) была создана в 2015 году как раз с целью поддержки бизнес-инициатив в России. Учредителями корпорации стали Федеральное агентство по управлению государственным имуществом и госбанк «Внешэкономбанк» (ВЭБ). В структуру корпорации от ВЭБа был передан МСП Банк, который и осуществляет кредитование перспективных проектов. Именно этот банк и поможет «СВК АГРО». «Наша компания активно пользуется мерами государственной поддержки бизнеса. Так, заемное финансирование на пополнение оборотных средств мы планируем получить в МСП Банке», — рассказывал «Ленте.ру» (05.07.17) член совета директоров «СВК АГРО» Юрий Смирнов. Почему этот проект был признан перспективным, в корпорации МСП не сообщалось. Но нужно отметить, что по данным сайта Генпрокуратуры РФ, в декабре 2015 года это ведомство расследовало факт завышения процентных ставок в МСП Банке. Тогда было выявлено, что «МСП Банком ограниченному кругу субъектов малого и среднего бизнеса создаются преимущественные условия по получению кредитных ресурсов», - сообщал сайт Генпрокуратуры (25.12.15).

Если посмотреть в отчетность Корпорации МСП за 2016 год, оказывается, что более половины кредитного портфеля выдано всего 10 крупнейшим заемщикам, более трети – всего 3 заемщикам, сообщал деловой еженедельник «Профиль» (19.07.17). «Сейчас же в Корпорации МСП особо ничего не хотят делать, не хотят связываться с реальным бизнесом: не дай бог будут риски, убытки. Так очень удобно работать. Вот они и работают, создают деньги», - говорил изданию член президиума «Опоры России» Юрий Савелов. Однако корпорация с легкостью оказывает многомиллионную поддержку сельхозпредприятию «СВК АГРО», у которого, если судить по имеющейся в СМИ информации, нет опыта в заявленной сфере. Возможно, дело в заинтересованности в проекте региона, где располагается предприятие.

Среди элиты Брянской области не только губернатор заинтересован в развитии сельского хозяйства. Так, в ТОП-50 рейтинга Forbes госслужащих и депутатов по доходам входят четыре представителя Брянщины. Наравне с губернатором (11 место) в списке три депутата Брянской городской думы, имеющих бизнесы в агросекторе (22, 44, 47 места). Они опережают по доходам председателя ВЭБа Сергея Горькова (50 место). Возможно, именно из-за бизнес-интересов брянских руководителей фирме московского адвоката была открыта кредитная линия для проекта, озвученные затраты на который могут превышать реальные потребности в 2 раза. Судя по данным ЕГРЮЛ, само предприятие «СВК-АГРО» было зарегистрировано в конце 2015 года, его учредителем стала Светлана Стец, в активе которой уже есть предприятие, прошедшее процесс ликвидации.

Попадет ли под ликвидацию «СВК-АГРО» и как скоро - покажет время. А пока недавно зарегистрированная фирма рассчитывает на сотни миллионов рублей государственной поддержки, а кредиты могут быть пропущены через процесс закупки оборудования. Параллельно губернатор приезжает на строящийся объект, а обывателям рассказывают про программу импортозамещения.

Но не во всех регионах подобным образом разводят кроликов. Так, совсем по другому обстоят дела в Калужской области. Как сообщает «Агроинвестор» (апрель 2017), там сын певца Владимира Высоцкого Никита вкладывает 40 млн рублей в семейное КФХ, при этом рассчитывает лишь на 8,5 млн рублей государственного гранта. А в Ярославской области создают целый кролиководческий кластер с научным генетико-селекционным центром.

Предшественник Богомаза на посту главы Брянской области Николай Денин был отправлен в отставку в связи с утратой доверия президента РФ. По словам Александра Богомаза, в разговоре с президентом было сказано, что его предшественник на посту губернатора лишился поста из-за подозрений в коррупции, сообщали «Вести» (12.09.14). Возможно, теперь тучи сгущаются над самим Богомазом. Не слишком ли открыто губернатор поддерживает проект, к которому возникает так много вопросов?

**ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ**

[**«ПРАЙМ»**](http://1prime.ru/articles/20170914/827901684.html)

14.09.2017

**Почему женщины зарабатывают на четверть меньше мужчин**

Разница между мужскими и женскими зарплатами в России составляет порядка 26%, сообщила в четверг вице-премьер правительства РФ Ольга Голодец. По итогам 2015 года средняя зарплата у мужчин составляла 36,8 тыс. рублей, а у женщин - 28 тыс. рублей. "Однако если посмотреть на 10-летний срок, то в 2005 году женская зарплата составляла лишь 60% от мужской", - сказала она.

Аналогичные данные этим летом обнародовала Общественная палата. По оценке ее экспертов, женщины в России получают заработную плату на 30% ниже, чем мужчины на аналогичной должности.

Вряд ли различия столь существенны, считают опрошенные "Прайм" эксперты". "Не уточняется, за счет чего делаются такие выводы, однако в большинстве сфер разницы в оплате труда в четверть при равных условиях работы нет", - считает член Совета Московского отделения "Опоры России" Дмитрий Несветов. Другое дело, что традиционно женщина в России менее включена в активную экономическую жизнь по целому ряду причин. Они чаще выбирают менее оплачиваемые работы, дистанционные, с частичной занятостью, менее ответственные. Соответственно, и зарплату получают ниже. Понемногу эта ситуация в последнее время выправляется, добавил эксперт.

С таким утверждением согласна руководитель кадрового агентства Staff-UP Елена Лимонова. "Работая в сфере подбора персонала, могу отметить, что работодатели предъявляют требования, прежде всего, к опыту, знаниям, компетенциям работника, но не к полу. Последнее возможно, лишь если речь идет о специфических вакансиях, предполагающих тяжелый физический труд, работу в неблагоприятных погодных условиях и т.п.", - говорит она.

По ее мнению, в основе данных, на которые ссылается Голодец, лежит статистика, которая учитывает все возможные профессии, в том числе, низкооплачиваемые. "Например, уборщицы, чьи зарплаты минимальны, как правило – женщины, не имеющие какой-либо другой специальности, навыков. С другой стороны, здесь же учитываются высокие зарплаты топ-менеджеров, большинство из которых – мужчины.

Если же брать "среднестатистические" профессии – менеджер, офисный сотрудник и т.п. – то там зарплаты у мужчин и женщин примерно равны, а их разница обусловлена компетенцией, уровнем ответственности, опытом, статусом и временем труда работника. Бывает, что женщины работают неполный день или отказываются от повышения из-за наличия маленьких детей, в этом случае их зарплаты ниже. Но то же касалось бы мужчин, если бы они работали на аналогичных условиях.

ГДЕ ЖЕНЩИН БОЛЬШЕ?

Наименьшая разница в заработной плате у мужчин и женщин отмечается в сфере образования. Труд женщин, по словам Голодец, представлен практически во всех отраслях, включая высокотехнологичные. Так, среди кандидатов наук доля женщин составляет 41%, среди докторов наук - 25%.

В госсекторе существует единая тарифная сетка, от которой – а вовсе не от гендерных признаков – зависит зарплата, согласны эксперты. Никакой дискриминации нет, поскольку все понимают, что это нарушает базовые права человека. Ценятся его профессиональные навыки, знания, умения, опыт. "Бесспорно, есть традиционно женские сферы, например, образование, и традиционно мужские, к примеру, строительство. Ну и тут зарплата не будет зависеть от пола – у мужчины-учителя она такая же, как у женщины при условии одинакового уровня компетенции", - отмечает Лимонова.

По словам Несветова, в бизнесе и частной экономической активности в последние годы также не замечается системной и принципиальной гендерной разницы при занятии менеджерских должностей. То же касается окладов. Более того, есть сферы, где женщины в приоритете – это торговля, сфера услуг, ресторанный бизнес, бухгалтерия. Там зарплата также зависит от опыта и компетенции.

А ЧТО ЗА РУБЕЖОМ?

По словам Голодец, сравнение с показателями ряда других стран пока не в пользу России. Между тем, по данным ОЭСР за 2015 год, мужчины, как правило, зарабатывают больше, чем женщины. В среднем, в мире эта разница составляет 15,3%. Однако есть и "рекордсмены": так, в Южной Корее мужчины зарабатывают на 36,6% больше, чем женщины, в Эстонии и Японии — на 26,6%. Наименее очевидная разница в доходах наблюдается в Новой Зеландии (5,6%), Бельгии (5,9%) и Люксембурге (6,5%).

"Везде в мире ситуация примерно одинакова – если человек стремится делать карьеру и повышает свою компетенцию, готов много работать, то его зарплата будет больше, чем у того, кто "не дотягивает", - отмечает в этой связи Лимонова.

Между тем, обвинения в гендерной дискриминации затрагивают даже мировые бренды. Так, более 60 бывших и нынешних сотрудниц Google рассматривают возможность выдвижения группового иска к компании по обвинению в сексизме и неравной оплате труда. По словам их адвоката, бывают случаи, когда мужчина, занимающий более низкую должность, зарабатывает больше женщины-руководителя. Одна из женщин заявила, что ее годовая заработная плата составила на 40 тысяч долларов меньше, чем у коллеги-мужчины на такой же должности. Еще одна нынешняя сотрудница заявила, что знает о 12 случаях увольнения женщин по причине гендерной дискриминации.

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК**

[**«АБН»**](https://abnews.ru/2017/09/13/zelenyj-indeks-1309/)

13.09.2017

**В петербургских магазинах дешевеет киви**

**И другие импортные фрукты**

За две недели с 28 августа по 11 сентября цена на 1 кг киви в петербургских магазинах в среднем опустилась на 23,33 рубля. Таковы данные исследования «Зеленый индекс», которое регулярно проводят АБН и «Эхо Москвы в Санкт-Петербурге».

Импортные фрукты в магазинах Петербурга после резкого подорожания две недели назад теперь стремительно дешевеют. Так, яблоки теряют более 18 рублей за 1 кг и стоят в среднем почти 103 рубля. Цена на лимоны опускается на 7 рублей до 104 рублей за 1 кг. Груши дешевеют на 10 рублей до 91,54 рублей.

Член президиума «Опоры России» Юрий Савелов сказал АБН, что у такого развития событий может быть два объяснения: «Первый – в последние два-три месяца была тенденция укрепления рубля до 55–56 рублей за доллар, что могло сыграть свою роль. И второй – снизились закупочные цены, чтобы конкурировать с нашими фруктами и овощами. Могу добавить, что играет роль, откуда эти фрукты привезены – если из Европы, то они могут быть даже дотационными. Там государство, если вы ввозите фрукты и овощи за границу, продаете их за валюту, может еще платить дотации. Поэтому, чтобы конкурировать, конечно, закупочные цены в августе-сентябре могут снижаться».

В целом плодовоовощная корзина подешевела за полмесяца на 64 рубля. Ее стоимость стала равной 1080,5 рубля.

Всего «Зеленый индекс» учитывает 15 основных товарных позиций. Измерения проводятся раз в две недели в шести сетевых магазинах Петербурга.

[**«Вести-FM»**](https://radiovesti.ru/brand/61178/episode/1547098/)

23.09.2017

**Утилизационный сбор удорожит импортные иномарки**

С января начнут дорожать импортные иномарки. Министерство финансов планирует увеличить утилизационный сбор для ввозимых в Россию машин сразу на 15%. Автомобили российской сборки, как ожидается, эта мера не затронет. Эксперты говорят, что сбор ударит в основном по дорогим и премиальным машинам. Но при этом не исключают, что цены будут расти и на бюджетные модели. Экономический обозреватель "Вестей FM" Валерий Емельянов продолжит тему.

Деньги на утилизацию в России берут со всех новых машин, однако по факту сбор платят только импортеры. По правилам ВТО наша страна обязана в ближайшие пару лет несколько раз снизить пошлины на ввозимые иномарки, что сделает их менее дорогими в сравнении с машинами, которые собирают на российских заводах. Чтобы нивелировать этот эффект, Минфин предложил резко поднять утилизационный сбор на импортируемые авто - сразу на 15%. Формально это коснется всех продавцов - как отечественных машин, так и привозных иномарок. Но российскому автопрому по традиции сбор компенсируют субсидиями из бюджета. В результате получится, что с января каждый новый автомобиль, пересекающий российскую границу, должен стать на несколько процентов дороже. На сколько именно - зависит от объема двигателя, объясняет автоэксперт Игорь Моржаретто.

МОРЖАРЕТТО: На бюджетный автомобиль сейчас сбор составляет 30 000, на достаточно дорогой он может достигать 100 000. Рост на 15%, соответственно, составит примерно 10 000, а на автомобили с двигателем большого объема - до 30 000.

Эксперт не считает, что из-за увеличения сбора стоит срочно бежать за новой машиной. Другие опрошенные нами специалисты также заявили, что утилизационный сбор внесет незначительный вклад в рост стоимости новых авто. Гораздо больше рисков связано с колебаниями доллара и евро. Сейчас рубль находится на пике своей стоимости, превышая официальные прогнозы более чем на 10%. Если к зиме рынок вернется к прежней динамике и валюта возобновит рост, то соразмерно этому пойдут вверх и цены на импортные автомобили, рассуждает председатель Комитета по автобизнесу московского отделения "ОПОРЫ России" Роман Яремко.

ЯРЕМКО: Основным критерием роста все-таки является валюта, курсовая разница рубля к доллару. Только это может существенно влиять на финальную стоимость автомобиля. Если доллар будет стабилен, в диапазоне 60-65 рублей, вряд ли мы увидим повышение более 5-10%.

Машины, собираемые в России, меньше зависят от курсовых колебаний, но валютный рынок может ударить и по ним тоже - через импортные комплектующие. Плюс к этому не стоит забывать, что каждый год модельные ряды обновляются, и даже в условиях стабильных валют рост цен на автомобили - это абсолютно нормально, продолжает Роман Яремко.

ЯРЕМКО: С каждым годом автомобили все современнее, их дополняют всевозможными системами - безопасности и не только. За счет этого цена постоянно растет. Они становятся с каждым годом дороже, вне зависимости от прочих факторов.

Поднять утилизационный сбор планируется почти на год раньше, чем будут снижены пошлины на ввозимые авто. Поэтому через 2 года цены могут даже скорректироваться вниз до своих прежних значений. В любом случае, если говорить об импортируемых машинах, то это - не самые ходовые модели. Реально почувствовать на себе влияние сбора смогут лишь те, кто приобретёт в следующем году либо редкую, либо очень дорогую модель машины, уточняет Игорь Моржаретто.

МОРЖАРЕТТО: Сюда в первую очередь ввозят автомобили, которые продаются небольшими тиражами, теми компаниями, которые по каким-то причинам сборку в России не рассматривают как вариант. Это не только очень дорогие иномарки, бывают и достаточно дешевые, но, как правило, выше среднего по цене и премиальные.

Предварительно правительство одобрило повышение утилизационного сбора, предложенное Минфином. Более того, доходы от него уже внесены в федеральный бюджет на следующие 3 года. В пояснении к документу говорится, что ведомство рассчитывает на рост продаж импортируемых автомобилей. То есть в правительстве ожидают, что спрос на дорогие иномарки будет расти быстрее, чем цены на них.

**АЛКОГОЛЬНЫЙ РЫНОК**

[**«Кривое зеркало»**](https://krivoe-zerkalo.ru/content/litsenziyu-na-torgovlyu-pivom-v-internete-mogut-zamenit-registratsiej-v-egais.html)

15.09.2017

**Лицензию на торговлю пивом в интернете могут заменить регистрацией в ЕГАИС**

Пивовары обратились в Минфин с просьбой об упрощении системы торговли через интернет.

Как стало известно интернет-газете «Кривое зеркало», Минфин готов готов разрешить производителям пива, сидра, медовухи и пуаре торговать в интернете без лицензий. Для этого им нужно зарегистрироваться в доменной зоне .egais.ru. Об этом сообщает «Коммерсант».

Согласно законопроекту Минфина, с 1 января 2018 года в России должны быть разрешены онлайн-продажи пива, пивных напитков, сидра, медовухи, пуаре, а также винами с защищенным географическим указанием и с защищенным наименованием места происхождения. Для всего остального алкоголя онлайн-торговля будет доступна только с 1 января 2019 года.

В текущей версии законопроекта желающим торговать через интернет нужно создать торговую площадку в доменной зоне .egais.ru и получить лицензию.

- Мы попросили Минфин выработать механизмы, которые смогут обеспечить контроль за участниками нового канала продаж без введения лицензии,— пояснили в пивоваренной компании «Балтика».

Член президиума «Опоры России» Алексей Небольсин, представляющий интересы малых пивоварен, считает, что лицензии потребуют сбора дополнительных документов и более пристального внимания к складским помещениям.

- В такой ситуации производители сидра и медовухи могут просто отказаться вести торговлю через интернет, — уверен Небольсин.

Вице-президент «Балтики» по работе с органами государственной власти Алексей Кедрин говорит, что пивовары вместо лицензий выступают за создание реестра организаций и индивидуальных предпринимателей, торгующих онлайн, который сможет эффективно отслеживать данные заявителей и их деятельность.

«Опора России» также подготовила свои предложения для Минфина. Алексей Небольсин предлагает допускать к торговле дистанционным способом только организации и ИП, которые могут показать историю своих отгрузок через ЕГАИС на протяжении не менее одного года. Для этого, поясняет господин Небольсин, нужно предоставить пакет документов, подтверждающих наличие в собственности складских помещений и личного кабинета в ЕГАИС.

[**«Рrofibeer.ru»**](https://profibeer.ru/law/28829/)

21.09.2017

**«ОПОРА» направила в Минфин предложения по альтернативному допуску оптовиков и производителей пива, сидра, медовухи к онлайн-торговле**

1 сентября 2017 года в Минфине состоялось совещание с участием представителей «ОПОРЫ РОССИИ» по вопросу обсуждения законопроекта об интернет – торговле винами с ЗГУ, пивом, сидром, медовухой, вступающего в силу с 01.01.2018 г. Серьезных противоречий этот законопроект не вызвал, кроме наличия в тексте законопроекта требования к лицензированию интернет – торговли пивом, сидром, медовухой, что на наш взгляд неприемлемо. В ходе совещания была достигнута договоренность, что бизнес-сообщество в кратчайший срок направит свои предложения в Минфин. Нам известно, что параллельно Союз российских пивоваров, который объединяет крупные пивоваренные компании, также разработал и направил свои предложения по этой теме в Минфин.

*Суть наших предложений заключается в следующем:*

Мы настаиваем на том, чтобы порядок доступа к интернет – торговле пивом, сидром, медовухой был нелицензионным и не требовал чрезмерного документооборота к уже существующему. То есть право заниматься частью розничных продаж дистанционным способом должно быть дано бизнесу без каких-либо дополнительных финансовых затрат. Ведь как известно, «ОПОРА» защищает и отстаивает интересы малого и среднего бизнеса, занятого в том числе и в этой сфере. Наши предложения были полностью согласованы с представителями этого сегмента. В своих предложениях мы делаем упор на то, что основным критерием для допуска к интернет - торговле будет безупречность истории отгрузок, отраженных в системе ЕГАИС. Иными словами, мы предлагаем допускать к интернет – торговле организации, занимающиеся производством и оптовой реализацией пива, сидра, медовухи, которые имеют безупречную историю отгрузок в ЕГАИС за период не менее одного года. Эта «история» вместе с данными о личном кабинете, зарегистрированном на сайте РАР, и перечень учредительных и уставных документов, существование которых должно быть обязательным для всех организаций на текущий момент – и есть полный пакет документов для оценки права допуска к дистанционной продаже. То есть, как мы считаем, никаких дополнительных «кругов ада» для допуска к интернет – торговле предпринимателям проходить не придется.

В итоге регулятор, изучив предоставленные материалы, получит исчерпывающую информацию о претенденте и станет понятно, занимается ли он производством и оптом только пива, сидра, медовухи, либо он также занимается производством и реализацией и других алкогольных напитков, а значит уже должен иметь лицензию. Этот механизм также позволит выявить факт наличия каких-либо замечаний и нарушений как по данным деклараций, так и по сдаче отчетностей, уплате налогов и т.д.

По нашему мнению, для осуществления контроля интернет - торговли со стороны государства наряду с другими уже применяемыми методами и средствами, этого более чем достаточно. Наличие таких инструментов, как досудебная блокировка сайта и оплата покупки картой, при которой можно удостовериться в возрасте покупателя, также на наш взгляд, достаточно исчерпывающие механизмы контроля. В ближайшее время станет ясно приняты ли эти предложения Минфином. Мы готовы продолжать дискуссию в конструктивном режиме. Напоследок хотелось бы попросить предпринимателей поактивнее делиться своим видением по этому вопросу.

**ПРОВЕРКИ БИЗНЕСА**

[**«РБК-ТВ»**](http://tv.rbc.ru/archive/chez/59d239819a7947e528f285c0)

29.09.2017

Член Президиума Общероссийской общественной организации «Опора России» Юрий Савелов принял участие в программе «ЧЭЗ» на телеканале РБК-тв 29 сентября.

Ссылка на видео: <http://tv.rbc.ru/archive/chez/59d239819a7947e528f285c0>