



ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

ЗАКОН О ТОРГОВЛЕ И ГОСРЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РИТЕЙЛА: ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ИТОГИ И РАЗВИЛКИ.

При поддержке Союза потребителей России

КОНТАКТЫ

Москва, Берсеневский переулок д.2, стр.1

+7 (495) 123-39-89

info@pltf.ru



СОДЕРЖАНИЕ

ПАСПОРТ ИССЛЕДОВАНИЯ	3
КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	4
ПРЕАМБУЛА	5
ЭКСПЕРТНЫЙ ОПРОС, ЧАСТЬ 1.	6
ЭКСПЕРТНЫЙ ОПРОС, ЧАСТЬ 2.	10
НОВЫЕ ПОПРАВКИ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО О ТОРГОВЛЕ: НУЖНЫ ЛИ ОНИ?	16
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	17

Паспорт исследования

Предмет исследования: Промежуточные результаты новых мер госрегулирования продовольственного ритейла, введенных Федеральным законом от 03.07.2016 №273-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» (далее по тексту – Закон № 273-ФЗ).

Качественное исследование (экспертный опрос) проведено ЦСП «Платформа» при поддержке Союза потребителей России. Проведены 30 экспертных интервью в 3 группах респондентов (профессиональные и общественные объединения; компании розничной торговли; компании – поставщики розничной торговли).

Экспертный опрос ЦСП «Платформа» был разделен на 2 части. В первой из них (закрытые вопросы) эксперты оценили промежуточные результаты применения новых регуляторных мер за период с 1 января 2017 г. Во второй части (открытые вопросы) респонденты анализировали законотворческие инициативы, публично озвученные в СМИ в 2016-2017 гг. и нацеленные на дальнейшее усиление госрегулирования розничной торговли. Мнения экспертов, пожелавших сохранить анонимность, не процитированы, но учтены в статистике ответов на закрытые вопросы.

В качестве дополнительной информации в докладе также использованы данные **ВСЕРОССИЙСКОГО ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ**, проведенного «ВЦИОМ-Спутник» в апреле 2017 года по заказу ЦСП «Платформа». В опросе приняли участие россияне в возрасте от 18 лет (выборка – 1200 респондентов).

Цели исследования

- Оценить промежуточные результаты новых мер госрегулирования продовольственного ритейла, вступивших в силу с 1.01.2017 г. согласно Закону № 273-ФЗ
- Изучить перспективы/возможные последствия новых публичных инициатив по дальнейшему усилению госрегулирования продовольственного ритейла
- Выяснить отношение экспертов и населения к мерам государственного регулирования продовольственного ритейла.

Ключевые выводы исследования

- Участники рынка в целом адаптировались к новым правилам госрегулирования ритейла.
- Изменения в законодательстве предоставили дополнительные преимущества поставщикам.
- В отношении потребителей Закон № 273-ФЗ достаточно нейтрален. Он не привел к росту или снижению розничных цен. Прочие следствия – как негативные, так и позитивные – носят локальный характер.
- В нынешних сложных условиях (внешний фон, невозможности просчитывать долгосрочную стратегию, снижение платежеспособного спроса и т.п.) рынок нуждается в стабильных правилах игры и крайне нервно воспринимает разговоры об усилении его административного регулирования.
- Идеи дальнейшего административного вмешательства в ценообразование розницы вызывает тревогу у значительной части населения. Высказываются опасения, что принятие новых мер, мотивированных политической конъюнктурой, может привести к долгосрочным негативным последствиям.

Преамбула

Закон № 273-ФЗ изначально был ориентирован на поддержку российских производителей – поставщиков за счет ужесточения контроля за продовольственной розничной торговлей.

Как сказано в пояснительной записке к соответствующему законопроекту от 21.01.2015, «ЗАКОНОПРОЕКТ НАПРАВЛЕН... НА АКТИВИЗАЦИЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ МЕР ПОДДЕРЖКИ ИНТЕРЕСОВ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ ХОЗЯЙСТВУЮЩИМИ СУБЪЕКТАМИ». При этом под главным источником «недобросовестной конкуренции» подразумеваются именно ритейлеры – торговые сети:

«... Складывается ситуация, при которой рыночная власть торговых сетей позволяет им манипулировать действиями поставщиков».

Ключевые положения Закона № 273-ФЗ вступили в силу с 1 января 2017 года. Выделим те новации, которые вызывали опасения участников рынка еще при обсуждении законопроекта:

Снижение максимального совокупного вознаграждения торговым сетям от поставщиков за услуги (по продвижению товаров, логистике, упаковке товаров и т.п) с 10% до 5% от цены товара, и запрет взимать плату за некоторые дополнительные услуги – факторы, снижающие маржинальность (доходность) торговых сетей и негативно влияющие на ассортимент розницы.

- Сокращение обязательных сроков оплаты товаров поставщику увеличивает финансовые риски торговых сетей.
- Риски для конечных потребителей, т.к. торговые сети будут компенсировать свои потери от ограничений за счет розничной наценки.

В ходе опроса эксперты подводят первые промежуточные результаты новых мер госрегулирования продовольственного ритейла. Кто выиграл и кто проиграл от введения Закона № 273-ФЗ? Сбылись ли опасения скептиков – или, напротив, ситуация в розничной торговле улучшилась? Повлияли ли нововведения на розничные цены и ассортимент товаров?

Вторая, не менее важная цель – оценить принципиальную развилку для отрасли на будущее.

Создает ли этот закон опасный прецедент, подталкивающий государство к дальнейшему административному регулированию торговли – или принятых мер достаточно, чтобы устранить «отдельные недостатки» и позволить ритейлу впредь развиваться по рыночным законам?

Экспертный опрос, часть 1.

ПОПРАВКИ, ВВЕДЕННЫЕ ЗАКОНОМ № 273-ФЗ: ПЕРВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Главная цель Закона № 273-ФЗ – дать дополнительные преференции производителям (поставщикам) – в основном достигнута.

Большинство экспертов считают, что от нововведений больше всех выиграли именно поставщики (см. рис.1).



Рис.1. Кто больше всех выиграл от принятия Закона № 273-ФЗ?

При этом среди «выгодоприобретателей» упоминаются не только крупные, но и средние, и даже небольшие компании-поставщики. «Это и обязательное опубликование полных документов об условиях закупок на сайтах сетей, и сокращение сроков оплаты, что особенно важно для небольших компаний», – говорит представитель компании-ритейлера. По мнению эксперта, «сокращение обязательных сроков оплаты товаров оптимизирует оборотный капитал поставщиков, снижает их зависимость от кредитных средств и факторинга» (финансовых услуг по отсрочке платежей).

С другой стороны, продвигать свою товар поставщикам, по мнению экспертов, стало сложнее. «Поставщикам стало легче работать с точки зрения бюрократических моментов. Но при этом был ограничен их доступ к маркетинговым и логистическим возможностям торговых сетей», – говорит один из них.

Интересно также скептическое мнение о том, что главным бенефициаром поправок стало само государство (в лице регулирующих и контрольных органов), а также отдельные политики, поддерживающие популистские меры. «Думаю, выиграли только те, кто этот закон продвигал в качестве инструмента давления на сектор экономики. [Для остальных] я не вижу здесь какого-либо прогресса», говорит представитель общественной организации по защите прав потребителей.

Закон ограничил ритейлеров в «инструментарии» и возможностях диктовать свои условия поставщикам (см. рис.2).



Рис.2. Кто больше всех проиграл от принятия Закона № 273-ФЗ?

«Сетям ограничили ретро-бонусы, благодаря чему многие сети от них вообще отказались», отмечает представитель розничной компании. – А мелкие ритейлеры проиграли от сокращения обязательных сроков оплаты товаров поставщику, ведь отсрочка платежей [до принятия закона] существенно поддерживала их финансовые показатели».

Опасения того, что Закон № 273-ФЗ автоматически приведет к росту розничных цен, не подтверждаются. Применение данного Закона не приносит заметного вреда конечному потребителю. Но и практическую пользу для покупателей эксперты почти не видят.

По данным информационно-консалтингового агентства INFOLine, розничный товарооборот в российском food-сегменте по итогам 2016 года снизился на 4,6% в физическом выражении, но в денежном исчислении вырос на 2,3%. Здесь нет никакого противоречия: рост денежного оборота объясняется инфляцией. Несмотря на продолжающийся спад реальных доходов населения (5,9% в 2016 г.), около 80% поставщиков FMCG-сетей ожидают в 2017 г. роста продаж относительно 2016 года — в денежном эквиваленте.

Эксперты, опрошенные ЦСП «Платформа», подтверждают эти инфляционные ожидания. Однако они не считают Закон № 273-ФЗ сколько-нибудь значимым фактором роста цен (см. рис.3)



Рис.3: Что дает Закон № 273-ФЗ конечному потребителю?

«ЗАКОН НАПРЯМУЮ НЕ ВЛИЯЕТ НА ЦЕНЫ– ЭТО ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО МЕЖДУ ПОСТАВЩИКАМИ И РИТЕЙЛЕРАМИ», полагает представитель компании-поставщика.

«ТЕЗИС О ТОМ, ЧТО ТОРГОВЫЕ СЕТИ БУДУТ КОМПЕНСИРОВАТЬ СВОИ ПОТЕРИ ОТ ОГРАНИЧЕНИЙ ЗА СЧЕТ РОЗНИЧНОЙ НАЦЕНКИ, ИЗНАЧАЛЬНО ВЫГЛЯДЕЛ ОЧЕНЬ СПОРНЫМ, – СОГЛАСЕН С НИМ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ КРУПНОГО РИТЕЙЛЕРА. – И ПО ФАКТУ МЫ ВИДИМ: ЦЕНЫ ВЫРОСЛИ НЕ БОЛЬШЕ, ЧЕМ НА РАЗМЕР ИНФЛЯЦИИ – КОТОРУЮ РИТЕЙЛЕРЫ ВВИДУ ОБОСТРИВШЕЙСЯ КОНКУРЕНЦИИ СДЕРЖИВАЮТ ЕЩЁ СИЛЬНЕЕ, УХОДЯ В ПРОМО [АКЦИИ] И ТРЕБУЯ ЛУЧШИХ УСЛОВИЙ ОТ ПОСТАВЩИКОВ».

При этом некоторые эксперты опасаются: новые «правила игры» для ритейла косвенно могут нанести вред ассортименту магазинов. «АССОРТИМЕНТ УЖЕ СТРАДАЕТ. ИСЧЕЗ ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ, КОТОРЫЕ РАНЬШЕ ПОЗВОЛЯЛИ ПРОТЕСТИРОВАТЬ ПРОДАВАЕМОСТЬ ТОВАРА. ПОЭТОМУ У СЕТЕЙ СНИЖАЕТСЯ МОТИВАЦИЯ К ТОМУ, ЧТОБЫ ВВОДИТЬ НОВЫЕ ТОВАРЫ НА ПОЛКУ – ЕСЛИ РИТЕЙЛЕРЫ НЕ УВЕРЕНЫ В ТОМ, ЧТО ОНИ БУДУТ ДОСТАТОЧНО ПРИБЫЛЬНЫМИ» (Представитель компании-ритейлера).

В противовес этому пессимистичному мнению, представитель компании-поставщика считает: все-таки есть основания полагать, что закон поддержал рядового покупателя. «ВО ВСЯКОМ СЛУЧАЕ, ПО НАШЕЙ ГРУППЕ ТОВАРОВ [БАКАЛЕЙНАЯ ПРОДУКЦИЯ] МЫ ДАЖЕ ВИДИМ СНИЖЕНИЕ ЦЕН В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ», – констатирует эксперт.

УПРОЩЕНИЕ ДОКУМЕНТООБОРОТА МЕЖДУ ПОСТАВЩИКАМИ И РОЗНИЦЕЙ – ПОЗИТИВНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ МЕР, ПРИНЯТЫХ ЗАКОНОМ № 273-ФЗ.



Рис.4: Как изменился документооборот?

Чаще всего эксперты заявляли, что упрощение документооборота вызвано ограничениями или даже прямыми запретами на оказание дополнительных услуг (например, платы за право поставки товаров в новые торговые точки).

Экспертный опрос, часть 2.

НОВЫЕ ИНИЦИАТИВЫ ПО УСИЛЕНИЮ ГОСРЕГУЛИРОВАНИЯ РИТЕЙЛА: ЭКСПЕРТНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ ВОЗМОЖНЫХ ПОСЛЕДСТВИЙ

В ходе опроса эксперты анализировали публичные (ранее озвученные в СМИ) инициативы, связанные с дальнейшим ужесточением госрегулирования розничной торговли в России. Обобщая предмет этого обсуждения, можно разделить данные инициативы на 3 группы (названия носят условный характер): «Регионализм», «Социализм» и «Дирижизм».

«РЕГИОНАЛИЗМ»

К этой группе относятся инициативы представителей отдельных субъектов РФ. Ключевые заявленные цели: искусственно ограничить долю местного розничного рынка для «иногороднего» крупного сетевого ритейла.

Основная тональность отзывов экспертов об инициативах, отнесенных к данной группе, – критическая (в диапазоне от умеренной до резкой):

... НЕВЫГОДЕН ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

«Роман Роменский, исполнительный директор «Дымовское колбасное производство»

«Это ни к чему хорошему не приведет – кроме того, что местные жители будут обречены, возможно, некачественную продукцию приобретать. Как показывает практика, когда приходит какой-то федеральный игрок, то мелкие локальные компании либо погибают, либо вынуждены перепаковываться, конкурировать и повышать качество своих продуктов и услуг. Конкуренция – это жизнь».

«Арастун Джавадов, заместитель генерального директора ООО «Кубань-Ти»

«Политика протекционизма позитивна, если мы защищаем весь российский рынок от каких-то негативных факторов. А что мы получаем от защиты локальных сетей? Только останавливаем экспансию федеральных ритейлеров. Но локальные сети все равно закрываются, не выдерживая ценовой конкуренции... В конечном счете каждый покупатель голосует своими деньгами не за ту или иную сеть – а за [оптимальные] цены».

... ПРОТИВОРЕЧИТ КОНСТИТУЦИОННЫМ ГАРАНТИЯМ

«Петр Шелищ, председатель Союза потребителей Российской Федерации:

«Запрет на увеличение рыночной доли федеральных сетей в регионах противоречит не только интересам потребителей, но и конституционным гарантиям поддержки конкуренции и свободы экономической деятельности, и ФЗ «О защите конкуренции». Если он будет введен, при приближении к 50-процентному порогу конкуренция между сетями на данной территории фактически прекратится».

Отдельно отметим частную («миноритарную») экспертную позицию. Некоторые из опрошенных экспертов (как правило, из числа средних и мелких поставщиков) в принципе поддерживают подобные инициативы, считая их потенциально эффективной мерой для ограничения монополизма торговых сетей:

ИДЕЯ ПРАВИЛЬНАЯ, НО «НЕПРОХОДНАЯ»

«Андрей Черноухов, руководитель регионального отдела продаж ООО «Фосфорель»
«В принципе хорошая инициатива, но вряд ли она пройдет... [Идея направлена] против монополизации в регионах, где 2-3 федеральных сети уже давно имеют больше 10% рынка каждая, а в сумме точно больше 50%».

Данные всероссийского опроса населения (проведен «ВЦИОМ-Спутник» в апреле 2017 года по заказу ЦСП «Платформа») свидетельствуют:

Искусственные ограничения торговых сетей в пользу «архаичных» форматов (мелкооптовые рынки, «прилавочные» магазины) противоречат интересам потребителей. Около 65% опрошенных покупает большую часть продуктов питания первой необходимости (хлеб, молочные продукты, крупы, макароны, мука и т.п.) именно в сетевых магазинах (см. рис.5):

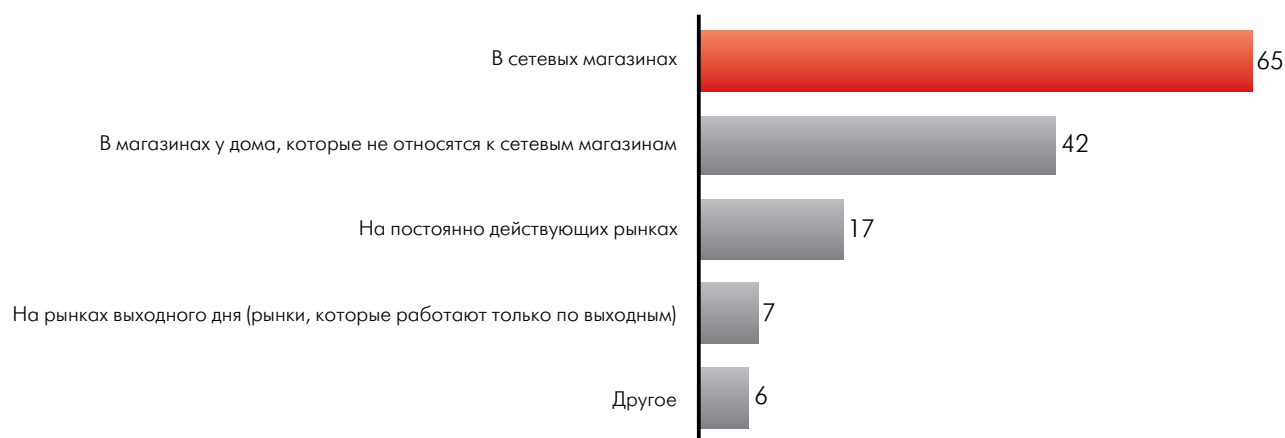


Рис.5. Где вы чаще всего покупаете продукты? (до двух ответов, в % от числа опрошенных)

«СОЦИАЛИЗМ»:

К этой группе эксперты относят инициативы левых политических сил. Ключевые заявленные цели, согласно консенсусному мнению, таковы: ввести госконтроль за ценами, установить жесткий предельный размер торговой наценки для оптовой и розничной торговли.

Пример: законопроект фракции КПРФ в Госдуме (июнь 2017) о введении госконтроля за уровнем цен (в частности, предлагается ограничить торговую наценку: 10% от отпускной цены производителя – для оптовой торговли, 15% — для розницы).

В данном случае позиции опрошенных экспертов совпадают: общая реакция – резкое неприятие подобных мер. В частности, эксперты отмечают: унификация торговых наценок не учитывает ни разной маржинальности товаров, ни особенностей ценообразования в регионах.

... ВЕРНЫЙ ШАГ К НАЦИОНАЛИЗАЦИИ И ГОСПЛАНУ

- «Дмитрий Янин, председатель правления Международной конфедерации обществ потребителей (КонфОП)
«Ужасная идея. Это шаг к национализации розничных сетей. . В каких-то случаях [у розницы] завышенные проценты, и можно было бы наценку делать в пределах 3-5%. А в каких-то случаях (особенно в отдаленных регионах) может и 100% наценки не хватать... Если вводить такое ценовое регулирование, то следующий шаг – нужно национализировать розницу. И дальше мы увидим примерно то, что происходит в Венесуэле... Мне бы не хотелось всерьез думать о том, что есть люди, которые эту идею поддержат в России».
- «Петр Шелищ, председатель Союза потребителей Российской Федерации:
«Ограничение цен неизбежно потребует установления обязательного ассортимента – иначе всё, что станет невыгодно продавать, торговля не будет закупать. В результате поставщики перестанут производить и завозить такие товары. Тогда придется обязать их к этому, а не захотят – национализировать предприятия. Так мы вернемся к тотальной государственной собственности и плановой экономике».
- «Юрий Карякин, директор по маркетингу «Нэфис-Биопродукт»
«Ограничение торговой наценки для оптовой торговли? Да на рынке, мне кажется, никого не останется – кто сможет жить на 10%?»
- «Андрей Палашов, коммерческий директор «ИнфоЛинк».
«Предложение коммунистов [об ограничении торговой наценки] убьет средний бизнес, расходы которого и так постоянно растут».

Данные опроса населения показывают: инициативы по искусственному ограничению розничных цен резко диссонируют с настроениями общества.

Во-первых, подавляющее большинство россиян не готовы мириться с падением качества жизни ради снижения цен. В частности, 88% респондентов не согласны на снижение качества продуктов ради установления более низких цен на продукты первой необходимости (см. рис.6):

Рис.6. Готовы ли вы ради сокращения цен на продукты первой необходимости мириться с ... ? вариант ответа, % от общего числа опрошенных



Во-вторых, население ожидает негативных последствий в случае введения

ГОСРЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕН НА ПРОДОВОЛЬСТВИЕ. В частности, 55% респондентов предсказывают закрытие магазинов, 28% считают, что в этом случае возникнет продуктовый дефицит (см. рис. 7):



Рис.7. Сейчас обсуждается идея государственного ограничения цен на продукты питания. Если эта идея будет принята, к каким последствиям это приведет в первую очередь? (до двух ответов, в % от числа опрошенных)

«ДИРИЖИЗМ»

В эту группу объединены инициативы отдельных политиков, лоббистов или участников рынка. Ключевые заявленные цели: расширение доли малого и среднего бизнеса за счет искусственных ограничений режима работы крупного сетевого ритейла

Пример: законодательная инициатива замглавы комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике Сергея Лисовского (март 2017), который заявил: «В субботу – до 4 часов вечера, в воскресенье – не работать вообще, а в будни – до 9 часов вечера, никаких 24-часовых гипермаркетов». Позже (июнь 2017) политик скорректировал инициативу: теперь он предлагает ввести такие ограничения только для гипермаркетов сетей, достигших порога доминирования в 25% локального рынка.

ОСНОВНАЯ ТОНАЛЬНОСТЬ ОТЗЫВОВ ЭКСПЕРТОВ ОБ ИНИЦИАТИВАХ, ОТНЕСЕННЫХ К ДАННОЙ ГРУППЕ, – УМЕРЕННО-КРИТИЧЕСКАЯ:

«**СЕРГЕЙ КУЗНЕЦОВ, ДИРЕКТОР СОЮЗА НЕЗАВИСИМЫХ СЕТЕЙ РОССИИ.**

«Западные страны уже отходят от жестких ограничений [по режиму работы сетевого ритейла]. Да и природа этих ограничений там совершенно другая. И уж точно было бы неправильно применять их к нашему покупателю. Потому что тогда надо менять всю систему рабочего дня. У нас все семейные покупки традиционно делаются именно в субботу-воскресенье»

«**ДМИТРИЙ ЯНИН, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕДЕРАЦИИ ОБЩЕСТВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (КонфОП)**

«Что касается ограничений работы в воскресенье – я бы отдал это на региональный уровень, исходя из религиозных предпочтений той или иной территории. И если уж вводить такое ограничение – то на всю торговлю: и относительно малый, и крупный, и средний ритейл. Хотите создать прецедент – делайте, но без дискриминации отдельных участников».

“ Алексей Демидов, НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖЕР ПО РАБОТЕ С КЛЮЧЕВЫМИ КЛИЕНТАМИ МАЙ-FOODS

«Неясна цель. Для многих традиция по выходным ходить в условный «Ашан». А теперь придется обходить 25 магазинов? Если сети не будут работать по выходным, то снизится доход людей, которые там работают. А несетевой рознице это никак не поможет – если ты понимаешь, что в понедельник пойдешь в «Пятерочку» и всё купишь дешевле в одном магазине».

Опрос населения показывает РЕЗКО НЕГАТИВНОЕ ОТНОШЕНИЕ ОБЩЕСТВА К ИДЕЕ ОГРАНИЧЕНИЯ РЕЖИМА РАБОТЫ СЕТЕВОГО РИТЕЙЛА (СМ. РИС.8):

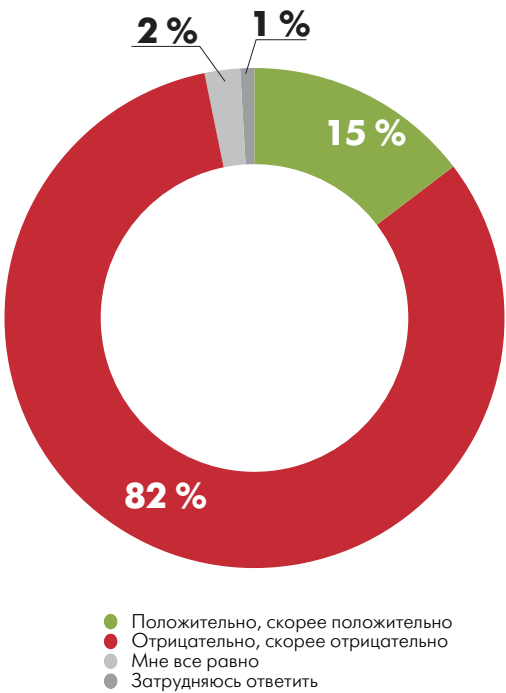


Рис.8. Сейчас обсуждается идея ограничения часов работы супермаркетов (в будние дни до 21-00, в субботу – до 16-00, в воскресенье крупные магазины должны быть закрыты весь день). Как Вы относитесь к подобного рода ограничениям? (1 вариант ответа, % от общего числа опрошенных)

Новые поправки в законодательство о торговле: нужны ли они?

Мнения экспертов, при всем разнообразии приводимых аргументов, сводятся к консенсусу, когда речь заходит о необходимости поправок, расширяющих/уточняющих/ужесточающих содержание Закона № 273-ФЗ и иных нормативных актов, регулирующих торговлю.

Большинство участников опроса считают: любые поправки на нынешнем этапе рискуют ухудшить ситуацию, сломав хрупкий баланс интересов участников рынка.

«Нужно прожить хотя бы пару инвестиционных циклов в этих правилах игры, – полагает **ПРЕДСТАВИТЕЛЬ КРУПНОЙ КОМПАНИИ-РИТЕЙЛЕРА**. – Производители инвестируют в производство, ориентируясь на показатели будущей доходности. Инвестиционный цикл длинный – у кого-то он может занимать два года, у кого-то пять. А у ритейла новые инвестиционные решения (диджитализация, bigdata и т.п.) еще очень сырые. Чтобы они принесли реальную пользу покупателю, нужно много инвестировать в их НИОКР – там тоже длинные циклы венчурных проектов. Компании пойдут на это, когда они будут понимать, что правила игры хоть какое-то время неизменны»

Стабильность и предсказуемость «правил игры» однозначно лучше, чем их постоянное усовершенствование «на ходу», уверен **СЕРГЕЙ КУЗНЕЦОВ**: «Частая смена [правил] приводит к сокращению количества участников. А это плохо сказывается на конкуренции, т.к. далеко не все смогут адаптироваться. Крупнейшие игроки – скорее всего, да. А вот мелкие и средние участники рынка в этих условиях всегда будут в проигрышном положении».

АРАСТУН ДЖАВАДОВ считает, что Закон № 273-ФЗ стал «встряской» для крупных торговых сетей: снижая доходность ритейлеров, он вынуждает их оптимизировать издержки и бороться за покупателей: «Закон уменьшил маржинальность сетей. Чтобы не терять объемов и успешно конкурировать, они [сети] сейчас занялись оптимизацией и развитием клиентских сервисов. Что в конечном счете полезно для конечного потребителя».

ГЕНДИРЕКТОР ЗАО «БЕЛАЯ ПТИЦА» ЭДУАРД КОБЛЮК считает, что теперь самое время хотя бы несколько лет прожить в неизменной парадигме, не поддаваясь соблазнам усовершенствования законодательства: «Рынок сам адаптируется, отрегулируется. Закон принят, он работает, и трогать его больше не нужно. Что касается инициатив некоторых депутатов Госдумы... При всем уважении к ним [депутатам] – эти люди внутри рынка не работают, они его не знают. Они подходят [к решению задачи] либо с позиций лоббизма, либо со стороны своего, увы, недостаточного опыта».

Еще резче позиция **Дмитрия Янина** из **КонфОП**. «Я бы лестно отзывался о законе о торговле – если бы [в результате его реализации] появилась хотя бы одна новая сеть, – говорит он. – Но этого не происходит. В ритейл на российском рынке не входят новые игроки. Наоборот, мы видим, что конкуренция снижается».

Заключение

Конечно, срок менее года явно недостаточен для всестороннего, глубинного анализа последствий применения любого федерального закона. Во многом это обусловлено объективными статистическими пробелами в базе анализа.

Например, большинство наших экспертов воздержалось от ответа на вопрос, как Закон № 273-ФЗ повлиял на **динамику финансовых показателей** поставщиков и ритейлеров: предварительные квартальные данные бухгалтерской отчетности – слишком «сырой» продукт, чтобы на его основе делать далеко идущие выводы. Какие-то предварительные ответы, считают они, могут быть получены в лучшем случае по итогам 2017 года.

Опрос экспертов не дал однозначного ответа на еще один важный вопрос: **РЕШИЛ ЛИ ЭТОТ ЗАКОН ТЕ ЗАДАЧИ, ЧТО УПОМИНАЛИСЬ В ЕГО ПРЕАМБУЛЕ ЕЩЕ НА СТАДИИ ПОДГОТОВКИ ЗАКОНОПРОЕКТА** – уйти от «недобросовестной конкуренции», устранить «дискриминацию» поставщиков ритейлерами. Любопытно, что некоторые представители поставщиков – тех самых, на поддержку которых был направлен закон, – утверждают: никакой дискриминации со стороны ритейла они не испытывали и до его принятия. «Для нас правила игры были вполне прозрачными и до принятия этого закона», утверждает **Роман Роменский**.

Вообще конфликт интересов по линии «поставщик – ритейлер», на котором изначально базировалась необходимость принятия Закона № 273-ФЗ, при ближайшем рассмотрении выглядит во многом надуманным. «Консолидация рынка оставляет все меньше игроков, но отношения между поставщиками и эффективными торговыми сетями переходят к модели «ПАРТНЕР – ПАРТНЕР», ПОСТРОЕННОЙ НА ВЗАИМНОЙ ВЫГОДЕ», отмечается в исследовании InfoLine.

Проще говоря, ритейлер поставщику не враг. Крупнейшие поставщики активно сотрудничают с сетями напрямую: около 40% опрошенных осуществляет больше 50% объема прямых продаж через сети; почти 9% опрошенных – более 75% от общего объема продаж. Такой фактор, как «монополизация рынка торговыми сетями», для поставщика не является первоочередным.

А вот главный общий враг у ритейла и поставщика – собственно, один: падение потребительского спроса, которое является прямым следствием общего экономического кризиса.

Возможно, осознавая это, подавляющее большинство наших респондентов – анонимно, открыто ли, – пришли к консенсусу, который напоминает знаменитый принцип Гиппократа: *Primum non nocere* («Прежде всего не навреди»). «Закон – лекарство понятное, но неизбежные

побочные эффекты существенно мешают выздоровлению», говорит один из респондентов.

Участники опроса высказали практически консолидированное мнение: рынок нуждается в стабильных правилах игры на ближайшие годы. Идеи по его дальнейшему административному регулированию критически воспринимаются экспертами и вызывают тревогу у значительной части населения. Высказываются опасения, что принятие новых мер, мотивированных политической конъюнктурой, может существенно нарушить отраслевой баланс и привести к долгосрочным негативным последствиям.

КОНТАКТЫ

Центр социального проектирования «Платформа»

Москва, Берсенеvский переулок д.2, стр.1

+7 (495) 123-39-89

info@pltf.ru