

Кирилл Дмитриев: «Время наводить порядок»

БЕСЕДОВАЛ: Андрей Ситников

Ослабление рубля и падение покупательской способности населения привели к значительным изменениям на российском рынке товаров и услуг для домашних животных. Большинство компаний испытывают определённые сложности, некоторые участники рынка, а за ними и отдельные СМИ разразились катастрофическими прогнозами развития ситуации. О состоянии отрасли на современном этапе, а также о средствах и условиях её спасения мы говорим с председателем правления Союза предприятий зообизнеса Кириллом Дмитриевым.

– **Что происходит с зообизнесом в настоящий момент, какие основные изменения Вы фиксируете?**

– Прежде всего нужно сказать, что зообизнес ничем не отличается от других видов коммерческой деятельности. У нас есть своя специфика, но в целом мы находимся в таком же положении, что и все остальные компании в нашей стране.

Кризис породил в зообизнесе три основные проблемы. Первая — резкое подорожание широкого спектра зоотоваров, в первую очередь импортных. Степень подорожания у разных компаний и на разные виды импортных товаров разная. По нашим оценкам рост составил до 100%, есть продукция, стоимость которой увеличилась более чем в 2 раза. К сожалению, повышают цены и российские компании. Вызвано это тем, что почти все российские производители кормов для домашних животных без импортных ингредиентов не обходятся. Тут нужно напомнить, что именно корма являются основой зоорынка, их доля в товарообороте зоомагазинов составляет до 90%.

Вторая проблема — люди начали экономить на своих питомцах. Очевидны устойчивые тенденции:

Мы переживаем тяжёлый кризис, но всякий кризис — это период новых возможностей.



владельцы домашних животных меньше покупают зоотоваров, реже ходят в зоомагазины, выбирают более дешёвые продукты, зачастую в ущерб качеству. Значительная доля покупателей переходит на более дешёвые бренды, меняет импортные товары на отечественные.

И третья проблема — сокращаются объёмы продаж и в денежном, и в натуральном выражении. Особенно остро это чувствуется в рознице — в самом уязвимом сегменте зообизнеса. Падение объёмов продаж в некоторых зоомагазинах доходит до 70%.

Три эти проблемы вызывают большую тревогу. По нашей оценке, до половины всех зоомагазинов находятся в зоне риска. Причём в этой зоне есть и мелкие, и крупные игроки. Но запас прочности у маленьких зоомагазинов гораздо меньше, поскольку они сильно зависят от цен и поставщиков, и при этом не имеют доступа к финансовым ресурсам.

– **Отличается ли положение зоорозницы в регионах и в столице?**

– В регионах общие проблемы в экономике выражаются в более острой форме. Но московские зоомагазины также чувствуют кризис, иногда даже силь-

нее, чем в регионах, поскольку там и прежде основу ассортимента составляли товары экономсегмента, а в Москве преобладали товары премиум и суперпремиум, которые теперь быстро теряют спрос. Летом у московской зоорозницы появятся дополнительные проблемы в связи с вступлением в силу с 1 июля новых налоговых сборов с торговых предприятий. Один из коллег сказал, что для нескольких его магазинов эти сборы составят 700 тыс. рублей в квартал. Где брать эти деньги, он пока не знает.

Из всего этого можно сделать вывод, что в течение ближайших месяцев ситуация в рознице может стать критической. Я не хочу никого пугать, но значительный процент зоомагазинов по всей стране может закрыться. При этом кризис в экономике ещё не проявил себя в полной мере, его глубину многие наши коллеги и даже эксперты правительства недооценивают.

– Что нужно сделать, чтобы все осознали происходящее в российском зообизнесе и возможные последствия?

– Нужно открыто и громко говорить о проблемах и опасностях, которые нам грозят, привлекать внимание наших коллег по зооиндустрии, широкой общественности и представителей власти. Это позволит начать серьёзную дискуссию в профессиональном сообществе и в правительстве о том, какие необходимо принимать решения, чтобы выйти из сложившейся ситуации. К сожалению, без власти, без изменения её отношения к малому и среднему бизнесу, мы мало что можем сделать.

– Какие конкретные требования у зообизнеса к властям?

– Самое главное — нужно, наконец, узаконить нашу деятельность. Зооиндустрии, как бы парадоксально это ни звучало, до сих пор официально не существует. В законах России и Таможенного союза нет определения непродуктивных животных, товаров и услуг для них. Много лет новая редакция закона о ветеринарии, в которой всё это должно быть, находится в недрах Госдумы. Технический регламент ТС тоже несколько лет висит на согласовании. Технический комитет, созданный СПЗ при Росстандарте, разработал множество национальных стандартов для зооиндустрии, но пока они вводятся компаниями на добровольных началах, в законах нет на них ссылок. Сейчас самое удачное время, чтобы навести, наконец, порядок в нашей индустрии и ответить на главный вопрос — должны ли домашние животные попадать в ту же группу, что и продуктивные.

– Но ведь зообизнес добивается этого много лет. Почему воз и ныне там?

– Используя пробелы в законодательстве, чиновники имеют возможность контролировать нашу отрасль. Закон о ветеринарии не принимается, потому что федеральные и региональные чиновники делят власть, решают, кто из них будет контролировать ветеринар-

ную службу. А представляете, что будет с чиновниками, если отменят ветеринарно-сопроводительные документы. 22 года мы находимся под тотальным контролем и вынуждены оформлять эти бумаги, долгие годы за это взимались деньги. Сейчас во многих регионах ВСД выдают бесплатно, подчеркну, во многих — не во всех, но везде продолжают брать деньги за ветеринарно-санитарные осмотры, и это большая кормушка. Все наши предложения по оптимизации санитарно-ветеринарного контроля вызывают колоссальное противодействие со стороны чиновников.

– Но почему сейчас должно что-то измениться? И что может склонить ситуацию в противоположении зообизнеса и власти в нужную нам сторону?

– Сейчас кризис, многие компании находятся в тяжёлом положении, и чрезмерные административные барьеры и избыточное регулирование в сфере зообизнеса усугубляют наши проблемы. Нужно

срочно менять систему взаимоотношений зообизнеса и власти, противостояние никому не приносит пользы; нам нужны цивилизованные отношения, прогрессивные и взаимовыгодные. Иначе

многие компании закроются, тысячи людей окажутся без работы, рынок сожмётся и одичает.

Исправить ситуацию может только поддержка нашей отрасли на самом высоком уровне. А она, в свою очередь, возникнет лишь благодаря нашему единству. Чем больше предпринимателей входит в СПЗ, тем больший вес мы имеем и с большей силой можем заявлять о себе, своих проблемах и интересах.

– Есть ли у зообизнеса специфические проблемы и какие конкретные меры необходимы для их решения?

– Таких проблем достаточно много, но самая острая — отсутствие единых правил игры для всех участников зоорынка. Неразбериха в законодательстве позволяет некоторым компаниям использовать льготную ставку НДС в 10%, что создаёт неравные условия конкуренции. Во второй части Налогового кодекса сказано, что льготную ставку НДС имеют продовольственные товары. Корма для домашних животных к таковым никак не могут быть отнесены. Тем не менее отдельные компании пользуются «продовольственными» льготами. Есть ряд законодательных актов, которые прямо говорят о том, что сложившаяся практика незаконна, — согласно действующему законодательству, однотипная продукция, независимо от того, была она ввезена или произведена на территории России, должна облагаться одной и той же ставкой НДС. Другой пример: по закону налоговая ставка на ввезённый продукт не может быть изменена при его продаже на территории Таможенного союза, однако одни импортёры при реализации используют ставку 10%, а все другие — 18%. Почему для некоторых делаются исключения из пра-

Зооиндустрии, как бы парадоксально это ни звучало, до сих пор официально не существует.

вил? И как это сказывается на рынке? Естественно, отрицательно, это душит всех остальных, и сейчас, при осложнении экономической ситуации, удушение может стать смертельным. Одновременно такое неравноправие вредно и государству — оно могло бы собирать больше налогов, особенно с учётом того, какие компании имеют льготы, — это самые крупные производители и импортёры кормов.

– Какие общие проблемы бизнеса являются сегодня наиболее острыми для зоопредпринимателей?

– В первую очередь — это проблема проверок. Особенно остро сейчас будет стоять проблема выездных проверок, если предприятие показало убытки. В кризис убытки — это нормально. Сегодня же, как только предприятие сдаёт отрицательную отчётность, налоговая инспекция делает выездную проверку и, как правило, находит множество нарушений. Убытки для налоговиков являются признаком налогового преступления, хотя российское законодательство гуманное и позволяет покрывать убытки за счёт прибыли последующих лет.

Следующая лежащая на поверхности проблема — плохой доступ малого и среднего бизнеса к финансированию. Сегодня, несмотря на то, что ставки по кредитам значительно выросли, банки требуют залоги, но большинство малых и средних предприятий не имеют достаточных накоплений и значительной недвижимости. Существующие государственные программы финансирования малого и среднего бизнеса неэффективны или просто не работают. Нужно создавать иные механизмы государственной поддержки.

Очень большие проблемы сейчас у импортёров. В момент таможенного оформления таможенные и налоговые платежи могут достигать до 40%. В условиях кризиса это очень большая нагрузка на компанию. Почему бы не разрешить малому бизнесу платить таможенные и налоговые сборы в рассрочку, чтобы не отвлекать большие финансы, доступ к которым крайне затруднён. Эти деньги государство всё равно получит, но на несколько месяцев позже.

Этот перечень можно продолжать, проблем у малого и среднего бизнеса в России много. И все эти проблемы касаются большинства зоокомпаний.

– Всё, о чем Вы говорите, это, по сути, политические требования и предложения, и ответом на них могут быть только политические решения.

– Однозначно. Власть должна понять, что прежняя система её взаимоотношений с бизнесом изжила себя — нужно создавать совершенно новую. Начать следует с формирования в глазах населения положительного образа предпринимателя. Тем более это актуально, потому что наше правительство намерено увеличить число занятых в малом и среднем бизнесе до 55%. Всем известно, что малый бизнес позволя-

ет легче переживать кризисы в экономике. У нас об этом вспомнили, когда, наконец, поняли, что будут большие сокращения в крупном бизнесе и в структурах. (Прим. ред.: 17 марта мэр Москвы Сергей Собянин сообщил о сокращении 30% госслужащих в Москве.) Без изменения взаимоотношений между властью и бизнесом получить такие цифры невозможно. Дорогие чиновники, вам нужно повернуться к нам лицом, отменить презумпцию виновности бизнесмена перед властью.

– Вы думаете, нынешняя власть способна слышать предпринимателей и учитывать их интересы?

– Вполне. Вот два показательных примера. Благодаря усилиям широкого бизнес-сообщества началось обсуждение законопроекта о моратории на проверки до конца 2018 года. Ещё совсем недавно это было невозможно представить. Второй пример, и это уже свершившийся факт, — по инициативе «ОПОРЫ РОССИИ» в законодательство

введена норма, согласно которой муниципальные органы власти могут снижать местные налоги на малый бизнес вплоть до 0%. В настоящее время властями рассматривается несколько других законодательных инициатив, призванных облегчить жизнь малым и средним предприятиям, а также индивидуальным предпринимателям.

Я верю, что мы многого добьёмся, потому что ни у бизнеса, ни у государства нет другого выхода. Иначе бизнес начнёт быстро умирать, а государство потеряет налоговые поступления и получит всплеск безработицы.

В начале апреля состоится заседание Государственного совета, которое впервые целиком будет посвящено малому и среднему бизнесу. Наши вопросы будут обсуждаться на самом высоком уровне; думаю, на многие из них мы получим ответы от первого лица государства. После Госсовета, я надеюсь, вектор должен измениться в сторону сотрудничества государства с бизнесом.

– Мрачное начало беседы сменилось светом в конце тоннеля. Нет худа без добра...

– Согласен. Мы переживаем тяжёлый кризис, но всякий кризис — это период новых возможностей. Сегодня у нас есть прекрасная возможность, наконец, решить проблемы отрасли. Если не сегодня, то когда?! Надо только понимать, чего мы хотим и как этого добиться. Я уверен, что наша сила в единстве. Необходимо сделать Союз предприятий зообизнеса мощным отраслевым объединением, которое будет представлять интересы всех зоопредпринимателей России, всех сотрудников зоокомпаний и опосредованно всех владельцев домашних животных. И тогда нас услышат, с нами будут считаться, тогда мы сами будем определять политику в зооиндустрии. По этому пути прошёл бизнес во многих развитых странах мира. ●