

МЕМОРАНДУМ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЗАСЕДАНИЯ КРУГЛОГО СТОЛА
Механизмы защиты внутреннего рынка: проблемы и перспективы
25 ноября 2014 г., Минск

В дополнение к письму Ассоциации Европейского Бизнеса от 10 ноября 2014 г. № 75-20 направляем Вам информацию о прошедшем 25 ноября 2014 г. заседании круглого стола «Механизмы защиты внутреннего рынка: проблемы и перспективы». Повестка заседания прилагается (Приложение 1).

В заседании приняли участие сотрудники профильных министерств Беларуси и Казахстана, руководители европейских и национальных компаний пивобезалкогольной отрасли, представители Департамента по развитию предпринимательства ЕЭК, национальные эксперты ведущих юридических компаний и научных институтов, представители общественных объединений и пресса. Список участников прилагается (Приложение 2).

Основной темой обсуждения стала целесообразность наличия и дальнейшего использования института контрольных (идентификационных) знаков (далее - КиЗ) в пивобезалкогольной отрасли Беларуси. В настоящее время КиЗ является существенным препятствием для эффективного развития пивобезалкогольных производств в условиях действующих конкурентоспособных национальных рынков и формирования единого экономического пространства между Республикой Беларусь, Российской Федерацией и Республикой Казахстан.

В условиях формирования системы регулирования рынков алкогольной и безалкогольной продукции в Беларуси в 2004 году введение КиЗ являлось обоснованной мерой защиты производителей и потребителей пивобезалкогольной продукции со стороны государства. Целью введения КиЗ было предотвращение попадания на белорусский рынок контрафактной продукции. Механизм КиЗ действительно позволил в несколько раз снизить ввоз в Беларусь контрафактной продукции и защитить производителей пивобезалкогольной отрасли на этапах становления и развития бизнеса.

Однако, спустя десятилетие, в современных условиях уже достаточно хорошо сформированных и эффективно функционирующих рынков алкогольной и безалкогольной продукции в Беларуси КиЗ утратили свою контрольную («оберегающую») функцию. На данный момент КиЗ расценивается самими производителями пивобезалкогольной продукции как барьер для дальнейшего развития отрасли, что обусловлено следующими обстоятельствами.

Во-первых, существенное повышение стоимости КиЗ в 2014 году свидетельствует о фактическом изменении функции маркировки с контрольной на фискальную. Если до февраля текущего года стоимость контрольных знаков была одинаковой для всех групп товаров, то с февраля стоимость контрольных знаков стало не только дифференцированной в зависимости от вида продукции (цена стала варьироваться от 500 бел. руб. до 5000 бел. руб.), но и значительно увеличена.

В связи с ростом стоимости контрольных знаков эксперты констатируют наличие скрытого налогоподобного изъятия.

Следует отметить, что в связи с обращениями субъектов хозяйствования стоимость контрольных знаков по сокам, напиткам, пиву была пересмотрена. Например, стоимость контрольных знаков на пиво, разлитое в тару емкостью до одного литра, была снижена в 3,3 раза до 150 бел. руб., от литра до двух – снижена на 30% до 350 бел. руб., свыше 2 литров – увеличена в 2 раза до 1000 бел. руб. Однако вопрос заключается не столько в снижении стоимости знака, сколько в актуализации механизмов его дальнейшего применения.

Во-вторых, значительные затраты производителей пивобезалкогольной продукции на маркировку перекладываются на потребителя, повышая себестоимость товара и снижая финансовую устойчивость предприятий. Это, в свою очередь, ухудшает конкурентоспособность отрасли в целом, особенно в преддверии вступления в силу Договора о евразийском экономическом союзе.

Затраты пивоваренных компаний на маркировку являются существенными и приводят к «вымыванию» значительной доли оборотного капитала. По оценкам союза «Гильдия пивоваров», за январь-ноябрь текущего года затраты только пивоваренных компаний на закупку контрольных идентификационных знаков составили более 10 млн евро.

Доля стоимости контрольного знака в цене пива для потребителя выросла с 1% до 4%. Как отметили эксперты на круглом столе, это фактически новый оборотный налог. Помимо удорожания конечной продукции обязательная маркировка пива контрольными знаками влечет за собой замедление работы производственных линий на 1-5% и снижение производительности предприятий.

Кроме непосредственно расходов на закупку контрольных знаков компании вынуждены нести дополнительные затраты на приобретение оборудования и его обслуживание, измеряемые десятками тысяч евро.

Представители пивоваренных компаний, занимающихся также производством безалкогольных напитков, в свою очередь, отмечают, что затраты на закупку контрольных знаков незначительно ниже затрат на

закупку основного сырья для производства пива (солода) и в несколько раз выше затрат на маркетинг.

В частности, ОАО «Лидское пиво» в соответствии с разработанным на следующий год бюджетом потратит на закупку солода 5 млн. евро, а на закупку контрольных знаков – 3,5 млн. евро.

Представителями пивоваренных компаний было отмечено, что такие затраты снижают конкурентоспособность по сравнению с российскими производителями. Эти средства можно направить на закупку оборудования, модернизацию производственных линий, повышение качества выпускаемой продукции – то есть на решение задач, поставленных государством перед отраслью.

По оценкам ИЗАО «Пивоварни Хайнекен», в текущем году компания потратит на маркировку около 25 млрд бел. руб. ОАО «Пивзавод Оливария» ежегодно отвлекает из оборотного капитала около 4 млн. долларов на покупку контрольных знаков, помимо не прямых затрат на их хранение, учет, заказ.

Субъекты хозяйствования вынуждены закупать контрольные знаки по предоплате. По оценкам Ассоциации Европейского Бизнеса, из-за необходимости приобретения знаков по предоплате из оборотного капитала только пивоваренных компаний ежемесячно вымывается до 300 тыс. евро. На сумму внесенной предоплаты предприятия зачастую не могут рассчитаться за поставленные сырье и материалы, тем самым ухудшая свое финансовое положение.

Как пояснил представитель Департамента государственных знаков Министерства финансов, система оплаты и конечная цена на контрольные знаки связаны с особенностями финансирования и производства.

Изготовление знаков осуществляется за счет средств республиканского бюджета, но Борисовская бумажная фабрика обязана обеспечить предприятия контрольными знаками в течение трех дней после размещения заявки.

В-третьих, КиЗ как мера защиты рынка неприемлема в рамках договоренностей Союза, вступающих в силу с 1 января 2015 года. Европейский опыт организации свободной торговли также доказывает, что рынок может эффективно регулироваться без подобных мер.

Учитывая вышеприведенные доводы, на государственном уровне необходимо создавать как можно меньше препятствий и как можно больше предпосылок для развития пивобезалкогольных производств, которые являются лидерами в экспорте, привлечении иностранных инвестиций, модернизации производств и постоянно расширяют товарную номенклатуру.

Конкурентоспособность национальной экономики определяется, в том числе, и уровнем диверсификации товарного экспорта страны. Поэтому любое необоснованное «вымывание» средств, которые могут быть направлены на развитие ассортимента экспорта и увеличения его объемов, расценивается как отклонение от стратегии устойчивого развития экономики Беларуси.

Система контроля за особо уязвимыми группами товаров должна осуществляться на национальном уровне, но не наносить ущерб отраслям в целом.

На сегодняшний день товарные позиции, подпадающие под обязательную маркировку, входят в перечень из 21 кода ТН ВЭД. Непонятны критерии, по которым одни товарные позиции должны маркироваться, а другие нет. Например, под маркировку не попало молоко, хотя вероятность его подделки, по оценке экспертов, по сравнению с пивом выше.

Эксперты считают, что меры контроля должны применяться в отношении товаров, когда имеются подтвержденные случаи серого импорта, при этом важно обращать внимание и на сам товар. Ярким примером является инициатива России по реализации пилотного проекта по введению маркировки продукции по товарной позиции «Предметы одежды, принадлежащие к одежде, и прочие изделия из натурального меха» и контролем за ввозом данных изделий на территорию Таможенного союза путем использования специальных чипов (RFID). Однако очевидно, что для других групп товаров (например, польских яблок или пива) данная мера не подходит, и должно быть найдено более адекватное товарной группе решение. Многообразие товарных групп делает работу по маркировке товаров чрезвычайно сложной.

Аргументом производителей пива и безалкогольных напитков в пользу отмены маркировки также является фактическое отсутствие серого оборота выпускаемой ими продукции на протяжении последних нескольких лет. Пивоваренная отрасль является одной из самых прозрачных, так как затраты на «подделку» пива несоизмеримо высоки по отношению к возможным прибылям. Этот же вывод можно сделать относительно ряда маркируемой ныне безалкогольной продукции. По мнению первого заместителя гендиректора ИП «Кока-Кола Бевриджиз Белоруссия», отмена маркировки не приведет к росту контрафактной безалкогольной продукции в Беларуси.

В дополнение к вышеуказанным доводам можно привести в пример отмену маркировки контрольными знаками минеральных и питьевых вод, которая не привела к росту контрафактной продукции на белорусском рынке.

По результатам заседания круглого стола, Ассоциация Европейского Бизнеса систематизировала выводы участников относительно существующей системы маркировки пивобезалкогольной продукции КиЗ, которая:

- является избыточной мерой в условиях сформированной конкурентоспособной отрасли;

- превратилась в скрытый налог на бизнес;

- сдерживает рост конкурентоспособности произведенных в Беларуси товаров на едином рынке Евразийского экономического союза по причине направления инвестиций не в технологии, а на маркировку;

- заведомо ослабляет позиции Беларуси с 1 января 2015 в переговорном процессе по формированию ЕЭП, страны-участницы которого (Российская Федерация и Республика Казахстан) не имеют системы контрольных идентификационных знаков и склонны рассматривать данную меру как дополнительную фискальную;

- сдерживает процесс реформирования и адаптации экономики к требованиям вступления в ВТО, где механизм КиЗ будет рассматриваться как своего рода внутренний нетарифный барьер (ГАТТ/ВТО), ставящий национальных и международных производителей пива в неравные условия на мировом рынке.

В связи с изложенным, участники круглого стола пришли к выводу о возможности дополнительного рассмотрения перспектив применения системы КиЗ на страновом и международном уровне.

Ассоциация Европейского Бизнеса выражает искреннюю благодарность всем участникам круглого стола.

С уважением,
Заместитель Председателя Ассоциации
М.В. Боровко



Круглый стол
Механизмы защиты внутреннего рынка: проблемы и перспективы

25 ноября 2014 г., начало в 10:15
Круглый зал переговоров «Президент-Отель»
(г. Минск, ул. Кирова 18)

Модератор: Роман Костицын, управляющий партнер «APC Коммюникейшнз», компания-партнер Ассоциации Европейского Бизнеса (АЕБ)

- 10:00 – 10:15 **Регистрация, кофе**
- 10:15 – 10:25 **Приветственное слово**
Марина Боровко, Заместитель Председателя АЕБ
- 10:25 – 10:40 **Представление участников**
Модератор Роман Костицын
- 10:40 – 10:50 **Презентация «Контрольный (идентификационный) знак в Беларуси»**
Евгений Мордосевич, глава направления по работе с госорганами АЕБ
- 10:50 – 11:10 **Презентация «Сложности применения контрольных (идентификационных) знаков в пивобезалкогольной отрасли»**
Владислав Скребцов, исполнительный директор Союза «Гильдия пивоваров», Андрей Роцупкин, первый заместитель генерального директора «Кока-Кола Бевриджиз Белоруссия»
- 11:10 – 11:30 **Краткие презентации экспертов от Европейского союза, Евразийской экономической комиссии и партнеров АЕБ**
- 11:30 – 12:40 **Дискуссия**
Модератор Роман Костицын
- 12:40 – 12:50 **Подведение итогов дискуссии**
Модератор Роман Костицын
- 13:00 – 14:00 **Фуршет**

Круглый стол «Механизмы защиты внутреннего рынка: проблемы и перспективы»

25 ноября 2014 г., круглый зал переговоров «Президент-Отель» (г. Минск, ул. Кирова 18)

Список участников

№	ФИО	Должность
1	Боровко Марина Владимировна	Заместитель Председателя АЕБ
2	Ванин Алексей	к.э.н., Институт экономики НАН РБ
3	Вежливцев Артемий Николаевич	главный специалист-эксперт отдела адвокатиования предпринимательства Департамента развития предпринимательской деятельности Евразийской экономической комиссии
4	Волчков Владимир	«Республика»
5	Дайнеко Наталья Алексеевна	Главный технолог ЗАО «Минский завод безалкогольных напитков»
6	Захаров Валерий Евгеньевич	начальник отдела предпринимательства, услуг и инвестиций Департамента развития предпринимательской деятельности Евразийской экономической комиссии
7	Игнатовская Татьяна Витальевна	Партнер адвокатского бюро «Степановский Папакуль и партнеры»
8	Кижук Александр Евгеньевич	Генеральный директор ОАО «Криница»
9	Кожемякин Андрей	«Бизнес-новости»
10	Костицын Роман	Управляющий партнер «АРС Коммюникейшнз»
11	Лебедев Камаль Мохамедович	Исполнительный директор «Объединение участников пиво-безалкогольного рынка» ОУПР
12	Микшис Аудриус	Генеральный директор ОАО «Лидское пиво»
13	Мордосевич Евгений Леонидович	Глава направления по работе с госорганами АЕБ
14	Новиков Александр	Product.by
15	Разживина Татьяна Александровна	Заместитель директора Департамента государственных знаков Министерства финансов Республики Беларусь
16	Рощупкин Андрей Валентинович	Первый Заместитель Генерального Директора ИП "Кока-Кола Бевриджиз Белоруссия"

17	Скребцов Владислав Юрьевич	Исполнительный директор Союз «Гильдия пивоваров»
18	Тургульдинов Даурен Амрканович	Эксперт Управления нетарифного регулирования Департамента развития внешнеторговой деятельности Министерства национальной экономики Республики Казахстан
19	Фомиченко Ирина Николаевна	Начальник управления Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь
20	Цанов Василен	Управляющий директор ИЗАО «Пивоварни Хайнекен»
21	Шерстенников Денис Владимирович	Генеральный директор ОАО «Пивзавод Оливария»
22	Юлегин Артем Александрович	начальник отдела адвокатирования предпринимательства Департамента развития предпринимательской деятельности Евразийской экономической комиссии
23	Янушкевич Галина Александровна	Начальник управления контроля подакцизных товаров Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь