

АНАЛИЗ ЛОББИСТСКОЙ БОРЬБЫ ВОКРУГ ПРИНЯТИЯ ЗАКОНА «ОБ ОСНОВАХ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

МОНИТОРИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

В сентябре-октябре 2009 года Международный Институт Политической Экспертизы (МИПЭ) и агентство «Minchenko GR consulting» провели исследование, посвященное методам и итогам лоббистской борьбы вокруг принятия закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Были использованы такие методы, как контент-анализ материалов СМИ и экспертный опрос. Кроме того, в качестве источников привлекались заключения экспертов и стенограммы обсуждений законопроекта на различных государственных и негосударственных площадках. Были использованы стенограммы обсуждений закона о торговле в Торгово-Промышленной Палате, Государственном Университете – Высшая Школа Экономики, Российском Государственном Торгово-Экономическом Университете, Институте современного развития, Академии Народного Хозяйства при Правительстве РФ, а также стенограммы Саммита ритейлеров Retail Business Russia 2009, 13-ого саммита «Торговля в России» и Парламентских слушаний в ГД ФС РФ.

Лоббистская кампания, сопровождавшая путь судьбоносного для отрасли закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности», представляет исследовательский интерес с точки зрения разнообразия использованных ее участниками технологий, масштабного привлечения средств массовой информации и апелляции к социальным стереотипам. Кроме того, в фокусе исследования МИПЭ оказался феномен изменения повестки дня с экономической на политическую. Это произошло, как представляется, помимо желаний лоббистов, но стало прямым следствием примененных ими технологий.

В экспертных интервью приняли участие более 40 экспертов, среди которых государственные чиновники (сотрудники Министерства экономического развития, Министерства промышленности и торговли, Федеральной антимонопольной службы), депутаты Федерального Собрания, представители конкурирующих бизнес-структур и их лоббисты, спикеры отраслевых ассоциаций, экономические обозреватели ведущих деловых СМИ, специалисты в сфере экономики и юриспруденции, а также представители общественных организаций и сотрудники ведущих экономических ВУЗов страны.

Исследование проводилось на принципах анонимности, поэтому в итоговом докладе приведены лишь обобщающие материалы и прямая речь в наиболее характерных оценках с указанием отраслевой принадлежности эксперта.

СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

С начала 2000-ых годов отрасль торговли в России кардинально изменилась. Тренд, заданный взрывным ростом торговых сетей современных форматов, вывел торговлю в локомотивы экономического развития страны без всякого участия государства. С 2000 по 2008 гг. оборот розничной торговли России увеличился почти в 7 раз. Сетевые магазины заняли 30% рынка, а темпы консолидации отрасли ритейла значительно ускорились. Как следствие, изменился и расклад сил основных игроков: крупные поставщики и производители не могли больше в одиночку устанавливать правила игры и навязывать свои условия торговле.

По данным Министерства промышленности и торговли, на первое полугодие 2009 года доля оптовой и розничной торговли в общей структуре ВВП России составляла 20,7% (опережая по этому показателю топливно-энергетический комплекс). Налоговые поступления от торговой деятельности в бюджет Российской Федерации за первое полугодие 2009 года составили более 316 млрд. рублей. Внутри отрасли сетевая торговля – самый современный формат, производительность труда в котором гораздо выше, чем в обрабатывающей промышленности.

Несмотря на внушительные показатели экстенсивного роста и интенсивного технологического развития, отрасль все еще далека от преодоления трех главных и застарелых проблем. Во-первых, Россия по-прежнему испытывает недостаток торговых площадей, уступая Италии в 5 раз, Болгарии – в 3 раза, Румынии – почти в 2 раза. Во-вторых, конкуренция в сфере ритейла в большинстве регионов по-прежнему низка. С одной стороны, она сдерживается нежеланием сетей идти в малые города, где доходы населения не сопоставимы с мегаполисами¹, и отдаленные малонаселенные регионы Сибири и Дальнего Востока. С другой стороны, серьезное негативное влияние на развитие конкуренции оказывает коррупционное давление и протекционизм местных властей, оказывающих поддержку аффилированному бизнесу. Наконец, общая российская беда – неразвитость инфраструктуры – накладывает серьезный отпечаток на доступность товаров и их конечную цену.

Стоит подчеркнуть, что розничная торговля в России не находится в уникальном положении по отношению к другим отраслям народного хозяйства. В условиях кризиса ей точно так же, как и другим, требуется системная поддержка. Совершенно неслучайно, что крупнейшая российская компания роз-

1 Так, во многих российских малых городах торговая сеть «Магнит» просто не имеет конкурентов.

ничной торговли X5 Retail Group попала в список системообразующих предприятий.

С января по август 2009 года было отмечено сокращение оборота розничной торговли до 9233,8 млрд.руб., что в товарной массе на 4,7% меньше, чем за соответствующий период 2008 года. Некоторые торговые сети обанкротились и ушли с рынка. По оценкам экспертов, ситуация в отрасли складывается не радужная: почти 25% всех торговых компаний находятся на грани банкротства, долговая нагрузка большинства компаний близка к критической. Это подтверждается и резким ухудшением операционных показателей большинства участников рынка в 2008 году – сказываются последствия кризиса и сокращение частного потребления. Как отметил один из экспертов-экономистов: *«Люди, занимающиеся продовольственной сетевой торговлей, сейчас находятся в довольно дикой ситуации. Они же все банкроты. Трезвые перспективы развития этого бизнеса на нынешний момент делают его стоимость нулевым».*

ИСТОРИЯ ВОПРОСА

Разработка правительственного документа о торговле в РФ началась еще в 2006 году. Часть экспертов прямо связывают начало работы над текстом закона с трехстраничным письмом министра сельского хозяйства Алексея Гордеева Владимиру Путину, в котором содержались серьезные обвинения в адрес торговых сетей. В вину им ставилось бедственное положение отечественных сельхозпроизводителей. Президент в ответ попросил МЭРТ и ФАС разобраться в ситуации с торговлей.

В 2008 году подготовкой закона вместо МЭРа занялся Минпромторг. В декабре 2008 года министерство внесло в правительство свой вариант текста закона. Поскольку виз других ведомств добиться не удалось, его сопроводили таблицей разногласий с Минсельхозом и ФАСом. Основные противоречия заключались в желании Минсельхоза ввести регулирование наценок на некоторые группы сельскохозяйственной продукции и в желании ФАС серьезно понизить планку допустимой доли рынка для торговых сетей (вплоть до 5% в Москве).

Значительная часть опрошенных экспертов считает, что возникшие в начале 2009 года проблемы с согласованием текста закона напрямую связаны со сменой министра сельского хозяйства, произошедшей в феврале этого года. Под руководством Алексея Гордеева уже был согласован ряд позиций в отношениях поставщиков и сетей, однако после назначения министром Елены Скрынник представители некоторых отраслевых союзов попытались начать переговоры «с чистого листа», надеясь добиться от ритейлеров дополнительных уступок.

Эксперты отмечают, что фактором, серьезно осложнившим достижение договоренностей, являлось наличие существенных межведомственных противоречий, некоторые из которых не сняты и по сей день.

Профильное Министерство промышленности и торговли акцентировало свое внимание на развитии собственно отрасли и ее инфраструктуры, устранении дефицита торговых площадей, и увеличении конкуренции. Некоторые эксперты увидели в этом прямое лоббирование интересов сетей. Также Минпромторг выступил в роли ситуативного лоббиста малого и среднего бизнеса: был введен в закон ряд норм, устанавливающих единый порядок размещения нестационарных торговых объектов и гарантированное выделение не менее 50% мест под размещение нестационарных торговых объектов для субъектов

малого и среднего предпринимательства, а также обязательное включение в региональные и муниципальные программы мер по развитию субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере торговли.

В фокусе внимания «оплота либерализма» – Министерства экономического развития – традиционно было обеспечение максимальной свободы конкуренции и минимизации административного регулирования. В частности, во многом благодаря позиции МЭР в законе были минимизированы возможности влияния на торговлю муниципальных органов власти, а значит и коррупционного давления на участников рынка. МЭР выступал за здоровую конкуренцию между отечественными и западными ритейлерами, потому что последние привносят новую инфраструктуру и стандарты торговли. Впрочем, в адрес Минэкономразвития некоторыми экспертами высказывались претензии по поводу затягивания согласования уже достигнутых компромиссов. Также экспертами высказывалась критика в адрес МЭР в связи с непоследовательностью позиции – в частности, в связи с отзывом министерством критического комментария проекта закона перед вторым чтением.

Министерство сельского хозяйства открыто выступало на стороне крупных сельхозпроизводителей, при этом, по мнению некоторых экспертов, уделяло недостаточное внимание вопросам защиты мелких фермерских и крестьянских хозяйств от диктата переработчиков. Ряд экспертов отмечает: для того, чтобы сети брали на реализацию продукцию фермерских хозяйств, необходима целенаправленная работа по повышению качества их продукции и сертификации, внедрению современных технологий, развитию кооперации (чтобы гарантировать объемы и надежность поставок). И эта работа – прямая обязанность Минсельхоза. Некоторые особо критично настроенные эксперты высказывали мнение, что атака на торговые сети была нужна Минсельхозу для того, чтобы оправдать неэффективное расходование бюджетных средств на сельское хозяйство.

Федеральная антимонопольная служба в классической бюрократической логике порождала все новые инициативы, расширяющие возможности для государственного регулирования, оператором которого должен был выступать ФАС. Однако надо отметить гибкость позиции руководства ФАС и готовность воспринимать рациональные аргументы. В частности, в августе 2009 г. глава службы Игорь Артемьев выразил готовность изменить наиболее скандальную 16-ю статью Закона, расширив зону регулирования объема рынка для торговых сетей с муниципального образования до субъекта Федерации. Уже после первого чтения, когда выявились негативные последствия

принятия 16-й статьи, ФАС вышел с инициативой о переносе введения этой нормы на 2014 год.

Инициативы представителей законодательной ветви власти, депутатов Госдумы и членов Совета Федерации, в основном лежали в русле интересов крупных переработчиков. Однако депутатский законопроект содержал и ряд популистских предложений, в частности, предлагающих прямое государственное регулирование цен. Аргументы экспертов о том, что опыт частичного регулирования цен со стороны государства на продукты питания осенью 2007 г., говорит о том, что регулирование приводит не к снижению, а к росту цен, в расчет не принимались. Активность ряда депутатов, в частности, руководителя Государственно-патриотического клуба депутата Госдумы Ирины Яровой, эксперты связывают со стремлением усилить свое влияние внутри «Единой России» за счет привлечения внимания средств массовой информации и увеличения своего потенциала как публичной фигуры. Яровая – лидер по количеству негативных оценок со стороны экспертов. Они отметили, что депутатский законопроект содержал в себе значительное количество норм, прямо противоречащих Конституции и Гражданскому кодексу. Впрочем, отождествление позиции Яровой и «Единой России», которым грешат некоторые эксперты, на наш взгляд, некорректно. В частности, представители партийного клуба «4 ноября» заняли по вопросу закона о торговле гораздо более взвешенную позицию. Впоследствии лидер «Единой России» Борис Грызлов выступил с компромиссным предложением по вопросу о регулировании торговых наценок.

В ходе борьбы вокруг законопроекта участники рыночной торговой цепочки «производитель – переработчик – оптовик – розничный продавец – потребитель» не были одинаково активны и консолидированы в продвижении своих интересов.

Главными действующими лицами лоббистской борьбы вокруг законопроекта стали продовольственные торговые сети (представленные в первую очередь Ассоциацией компаний розничной торговли – АКОРТ²) и крупные переработчики сельскохозяйственной продукции (представленные отраслевыми ассоциациями и группой депутатов Федерального Собрания).

Переработчики добивались более удобных для себя условий оплаты товара: сокращения сроков оплаты и отказа от практики бонусных платежей. В свою очередь ритейлеры настаивали на том, что государственное регулиро-

² В АКОРТ входят и сети, торгующие исключительно промышленными товарами, но их участие в лоббистской борьбе следует признать ограниченным. Точно так же крупные поставщики и производители промышленных товаров никак не заявили о своей позиции, требований ограничить сети от них не прозвучало.

вание отрасли вообще не нужно и вредно. В подтверждение этого тезиса они утверждали, что государственного регулирования торговли якобы не существует нигде в мире. Это, конечно же, не соответствует действительности. Впрочем, по ряду позиций – сроки оплаты продукции, бонусы – стороны начали сближаться. Однако компромисса ритейлеры и переработчики в рамках саморегулирования достичь не сумели. В частности, не удалось принять вроде бы уже согласованный сторонами «Кодекс добросовестных практик торговых сетей при взаимоотношениях с поставщиками продуктов питания».

Одной из причин провала договоренностей стало то, что интересы ритейлеров неоднородны. Вопросы, интересующие одних участников отрасли, не являются значимыми для других. К примеру, ограничение доли рынка для сетей в рамках муниципального образования в пределах 25% и менее (звучат предложения довести эту долю до 10 и даже 5 %) невыгодно компании Х5, которая имеет, по разным оценкам, от 24,5 до 35% рынка Санкт-Петербурга. И выгодно собственникам «Седьмого континента» (Александру Занадворову и депутату Госдумы Владимиру Груздеву), поскольку доля этой сети в Москве невелика, и ограничения на рост конкурентов увеличивают ее стоимость. Также эта норма вполне устраивает западные сети (например, «Ашан»), которые используют крупные торговые форматы (гипермаркеты) и строят не более одного магазина в пределах муниципального образования. Уже после первого чтения закона «Ашан» объявил о скором открытии еще 6 своих гипермаркетов в России. Части ритейлеров важно разрешение на продажу в торговых сетях безрецептурных медикаментов, а другим, в бизнес-стратегию которых эта тема не входит, данный вопрос непринципиален.

Единства также не наблюдается среди поставщиков и производителей. Производители брендированной продукции не видят проблемы в маркетинговых платежах и активно пользуются ими для продвижения своих товаров, однако хотели бы запретить сетям устраивать распродажи ниже себестоимости, так как эта практика депозиционирует бренды. Тем же, кто поставляет в сеть свеклу или картофель «валом» (т.е. без маркировки и упаковки) совершенно неинтересно, по какой цене сеть продаст их товар потребителю, зато, ограничив возможности сетей взимать плату за лучшую выкладку товара, они получают преимущества перед теми производителями овощей, которые моют и фасуют свой товар. В целом, те отрасли производства продуктов питания, где есть серьезная консолидация (соки, молочная продукция), не видят смысла в больших ограничениях на работу сетей, т.к. для них это главная дорога к потребителю. А, например, производители мясной продукции фрагментированы, не могут разговаривать с крупными сетями на одном языке и стараются активно

искать другие рынки сбыта. Ограничение свободы сетей им тактически выгодно.

Но главным фактором, не позволившим достичь договоренностей, стала недостаточная гибкость сторон. Многие опрошенные нами представители госструктур утверждают, что если бы ритейл и переработчики договорились на ранней стадии, то государству не пришлось бы вводить в закон нормы жесткого регулирования отрасли из-за политических соображений. В результате производители указывают на негибкость переговорной позиции сетевиков, а ритейлеры, в свою очередь, винят производителей в излишнем популизме и непродуманном желании обеспечить себе более высокую норму прибыли за счет прямого государственного вмешательства.

На первом этапе кампании (до вмешательства верховной власти) более эффективным был лоббизм со стороны переработчиков. Они выстроили системную кампанию, в ходе которой использовали такие приемы, как:

- апелляция к средствам массовой информации и общественному мнению с активным использованием стереотипов массового сознания;
- демонизация оппонента, в частности, сравнение торговых сетей с «раковой опухолью», а работников торговли с «грабителями»; обвинение ритейлеров во всех бедах, в том числе и тех, к которым они не имеют никакого отношения. К примеру, сети назывались виновниками низких закупочных цен на продукцию крестьян, хотя первым звеном цепочки продаж являются именно переработчики;
- создание виртуальной «коалиции поддержки» – образа единого фронта производителей, потребителей, крестьян против торговых сетей;
- привлечение в союзники депутатов ГД и членов СФ;
- вбрасывание откровенно абсурдных предложений (например, запрет на очереди в магазинах), чтобы сдвинуть в свою сторону «зону торга» (bargaining zone).

Использование описанных выше технологий привело к тому, что в массовых СМИ побеждала эмоциональная позиция переработчиков, в деловых же СМИ преобладала позиция ритейла, поскольку была более аргументирована и экономически обоснована, следовала бизнес-логике.

ВМЕШАТЕЛЬСТВО ПРЕМЬЕР-МИНИСТРА И ПОЛИТИЧЕСКИЙ ФАКТОР

Можно констатировать, что итоговое влияние политического фактора было серьезно недооценено всеми субъектами рыночной деятельности: как теми, кто способствовал всплеску популистской «антиторговой» риторики, так и теми, кто отмахивался от нее, как от нерациональной и бессмысленной болтовни. Эмоциональный накал дискуссии, межведомственные разногласия и отсутствие достигнутых договоренностей между участниками рынка привели к необходимости вмешательства председателя Правительства РФ. Владимир Путин на совещании 24 июня 2009 г., сопровождавшемся молниеносным визитом премьера в один из магазинов сети «Перекресток», поставил задачу оперативно доработать закон и найти компромисс сторон.

После вмешательства премьер-министра следующий этап переговоров и обсуждения оказался более эффективным. Над законом работали сразу на нескольких переговорных площадках: рабочая группа первого вице-преьера Виктора Зубкова, Минпромторг, ТПП, РСПП, «Опора России», «Деловая Россия», клубы и рабочие группы при «Единой России», Общество защиты прав потребителей. В итоге в короткий срок удалось достичь компромисса и выработать текст закона, который не вызывал энтузиазма ни у ритейлеров, ни у переработчиков, но был приемлем для обеих сторон. В частности, было запрещено совмещение бонусов с договором поставки (при сохранении бонусов за объем продаж) и согласованы сроки оплаты продуктов, в том числе и скоропортящихся. Однако в последний момент в уже согласованный текст закона была внесена 16-я статья, предусматривающая запрет на открытие новых торговых площадей для торговых сетей, имеющих более 25 % рынка в рамках муниципального образования или годовой оборот более 1 миллиарда рублей.

Закон в июле был принят Правительством РФ и направлен в Госдуму. В период перед первым чтением, состоявшимся 11 сентября 2009 г., возникла информационная пауза, которая была эффективно использована ритейлерами. Практически все сети провели рекламные кампании по скидкам для населения. В первую очередь целью этих кампаний было привлечение покупателей, однако они сработали и на улучшение имиджа ритейла.

Обсуждение закона перешло на рациональный этап – анализ возможных последствий принятия законопроекта в правительственном варианте и предлагаемых депутатами поправок. В министерства и ведомства, в Государственную Думу стали поступать экспертные заключения, критически оценивающие

нормы антимонопольного регулирования и возможность прямого государственного регулирования торговых наценок, как с точки зрения соответствия их Конституции и Гражданскому кодексу, так и с точки зрения экономической целесообразности. Серьезным ударом по позиции ФАС стало обращение Росстата, в котором говорилось, что Росстат не располагает инструментами для определения долей рынка той или иной сети в рамках муниципального образования. После этого в ФАС начали говорить о том, что введение в действие статьи 16 может быть сдвинуто на 2-3 года – до момента, когда будет выработана методика и механизмы ее применения. Минпромторг поддержал отложенный характер 16-ой статьи, поскольку увидел в этом дополнительную меру стимулирования роста торговых сетей на ближайшие несколько лет.

Тем не менее политический фактор также продолжал оказывать свое влияние на процесс обсуждения закона. Некоторые депутаты ради увеличения своего политического веса стали намеренно выступать по поводу закона о торговле с откровенно популистских позиций. Очередной цикл муниципальных и региональных выборов, который завершился 11 октября 2009, создавал для депутатов всех фракций соблазн использовать тему борьбы с «торговой мафией» для привлечения избирателей. А радикализм оппозиционных фракций вынуждал депутатов от «Единой России» в своей риторике сдвигаться влево.

Однако попытки использования темы государственного регулирования цен для получения дополнительных голосов на местных выборах были незначительны и имели исключительно локальный характер. Контент-анализ предвыборных материалов местных выборов, прошедших 11 октября 2009 г., показывает, что тема практически не использовалась как предвыборная. Таким образом, тезисы, заявленные отдельными депутатами от «Единой России» в ходе обсуждения закона, нельзя считать публичной офертой партии «Единая Россия» избирателям. Попытка Ирины Яровой использовать данную риторику на Дальнем Востоке не могла встретить отклика и поддержки избирателей по банальной причине: доля современных форматов торговли в этом регионе незначительна, федеральные сети в там, фактически, не представлены.

Интересно, что выступления ряда депутатов в ходе обсуждения закона перед первым и вторым чтением вошли в диссонанс с опубликованной накануне программной статьей Президента РФ Дмитрия Медведева «Россия, вперед!». В частности, на следующий день после опубликования статьи Медведева депутат Ирина Яровая, представляющая альтернативный правительственному депутатский законопроект в Госдуме, своей риторикой продемонстрировала яркий пример заигрывания с патерналистскими настроениями. Предлагаемые

ею меры (усиление государственного регулирования, дополнительные полномочия государства по контролю над торговыми организациями) неизбежно увеличивают возможности коррупционного давления чиновников на бизнес, а значит, ставят под сомнение принципы необходимости модернизации.

Основные темы статьи Медведева – отказ от поощрения патерналистских настроений, борьба с коррупцией, модернизация и инновационное развитие. Проект закона о торговле с учетом предлагаемых Яровой поправок очевидно ориентирован на патернализм и увеличение сфер регулирования отрасли чиновниками, что в сочетании с расплывчатыми критериями принятия оценок создает питательную почву для коррупции. Что же касается инноваций, то сегодня их мотором в торговле являются торговые сети, развитие которых предлагается данным законом ограничить. Наличие подобного диссонанса создает опасность раскрутки сюжета ««Единая Россия» против Медведева», который мог вылиться в спекуляции по поводу раскола внутри тандема Медведев-Путин. Эта возможность была купирована взвешенной позицией руководства «Единой России» относительно закона.

Также интересно, что сенатор от Курганской области Сергей Лисовский, один из наиболее радикальных критиков позиции Правительства, высказал идею о том, что те предприниматели, которые поддерживают его позицию по закону о торговле, могут стать ядром новой политической партии.

СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ ЗАКОНОПРОЕКТА

Ответы экспертов на самый сложный вопрос о необходимости закона о торговле как такового показали, что потребность правового регулирования торговой отрасли назрела давно. Однако подавляющая часть опрошенных экономистов считает, что время, когда государство действительно могло повернуть развитие ритейла в ту или иную сторону, например, сделать ставку на супермаркет как основной формат торговли и ограничить строительство гипермаркетов, упущено. Понятна и аргументация представителей крупного ритейла, которые предпочли бы оперировать на полностью свободном от регулирования рынке: они ссылаются на высокие темпы роста, которые были достигнуты безо всякого государственного участия.

Но свободная и якобы ничем не регулируемая российская торговля — это миф. На данный момент в России действует около 600 нормативных актов, регламентирующих торговлю. Большинство экспертов рассматривает закон о торговле как инструмент, заменяющий все дополнительные способы регулирования, аккумулирующий лучшие практики, задающий стандарты профессии и, что самое главное, стимулирующий дальнейший количественный и качественный рост отрасли. Наиболее емко позиция большинства экспертов по данному вопросу выражена следующим образом: *«Закон о торговле нужен, но для его принятия выбрано самое неудачное время. В условиях неопределенности и кризиса принятие закона скорее усугубит ситуацию в отрасли, чем улучшит ее»*.

Как независимые, так и ведомственные эксперты видят определенную связь между ростом потребления в стране и ростом розничных сетей. *«Естественно, в некоторых регионах рост потребления как раз следует из роста сетей»*, — говорит один из экспертов, представляющий орган государственной власти. Таким образом, тезис о том, что рост сетей определенным образом способствует увеличению конечного потребления, а значит, и ускорению экономического роста, имеет основания. Тем более удивительным является появление в прессе логики, согласно которой рост сетей надо остановить ради будущего блага страны. Ни один из опрошенных экспертов не считает, что целью федерального закона должно быть ограничение торговых сетей.

Оценивая экономический смысл закона в целом, эксперты подчеркивают, что сам момент его принятия выбран крайне неудачно: ограничивать рост в условиях кризиса — непозволительная роскошь. Но, с другой стороны, эксперты, как правило, соглашались с вынужденным характером законодатель-

ного вмешательства. Конфликт поставщиков и крупных сетевых структур был обусловлен самой логикой развития отрасли. На потребительском рынке, где еще недавно бал правили крупные поставщики, устанавливающие свои правила игры, появились силы, способные им противостоять. Апелляции сторон к обществу стали одной из козырных карт в их борьбе за свои интересы. *«Наверное, нужно было подождать»*, — говорит один из независимых экономистов. — *«Рынок бы все отрегулировал сам»*.

Но логика чиновников иная: *«В законе прямо запрещены недобросовестные, с точки зрения ведомств, практики. Это сильная сторона, потому что в основном только на эти трудности поставщики и ссылались. Они говорили: «При сегодняшнем состоянии торговли это необходимо регулировать в том или ином виде». И правительство решило, что надо регулировать в таком виде. Я считаю, что это, возможно, станет решением проблемы»*.

Каковы же будут практические последствия для гражданина-покупателя от вступления в силу законопроекта? Большая часть опрошенных экспертов не видит причин для паники и считает, что в случае принятия закона в правительственной редакции ситуация в магазинах не претерпит никаких изменений. Лишь ряд правительственных экспертов уверены, что в долгосрочной перспективе цены упадут. Каплей дегтя в ложке меда является общее понимание того, что в случае дополнительных ограничений на работу сетей и увеличении издержек, «расходы» так или иначе лягут на плечи потребителя: *«Все участники цепочки доставки продуктов до потребителя свои интересы защищают. Гражданин оказывается в конце этой цепи. У него есть только одна возможность влиять – покупать или не покупать. Поэтому ответ у меня такой – любое нарушение рыночного принципа баланса интересов, который неизбежно произойдет в результате принятия закона, негативно отразится на гражданах»*.

Среди сильных сторон законопроекта отмечается, в первую очередь, что крайностей все-таки удалось избежать, прописан очень важный механизм ограничения вмешательства властей местного и регионального уровня в деятельность магазинов.

Самым слабым местом законопроекта эксперты называют отсутствие мер стимулирования роста торговой отрасли, подбор принципов и методов антимонопольного регулирования. К числу недостатков закона эксперты однозначно относят и тот факт, что он принимается раньше стратегии развития отрасли, которая в данный момент разрабатывается Минпромторгом.

Критика отдельных частей законопроекта более рациональна, чаще всего эксперты соглашаются с тем что:

- сетевая торговля продовольствием – по сути, главный и единственный объект регулирования, хотя современные форматы в общем объеме рынка не доминируют;
- предлагается слишком много дополнительных мер контроля к рыночным отношениям (ограничение свободы договора, ограничение возможности конкурировать), но не объясняется, как именно выигрывает от этого потребитель;
- нередко звучащие призывы сравнивать российский закон с западными аналогами выглядят непродуманно, т.к. российская ситуация не имеет ничего общего с западной как по степени проникновения сетей, так и по масштабам концентрации рынка.

Таким образом, опрошенные эксперты отмечают взаимосвязь сильных и слабых норм закона. Государство хочет активнее участвовать в процессах, происходящих в торговле, и это в целом неплохо, но ставит крупным ритейлерам гораздо больше условий, чем прочим участникам рынка (одиночные магазины, рынки, производители, оптовики, переработчики). Это происходит из-за того, что крупный бизнес в ритейле легче контролировать. Как образно пояснил один из экспертов: *«Искать выпавший кошелек ночью всегда удобнее под фонарем – там светлее».*

Отвечая на вопрос о балансе интересов производителей, продавцов и потребителей, эксперты отмечают, что он в законе, принятом в первом чтении, присутствует. Но баланс очень хрупкий, и несколько непродуманных поправок могут его уничтожить.

Ключевой для массовой прессы вопрос об оценке влияния нового закона на цены в розничной торговле оказался крайне сложным. Большинство экспертов сошлись во мнении, что просчитать последствия на сегодняшний день не представляется возможным. Представители ведомств были более оптимистичны и ждут понижения цен в долгосрочной перспективе. Инсайдеры сомневаются в возможностях малых и средних сетей отстоять цены при усилении переговорной позиции поставщиков в силу недостаточности эффекта экономии на масштабе: *«Единственная реальная возможность снизить цены – развивать конкуренцию».*

Резюмируя, отметим, что экспертный опрос продемонстрировал, что текущая правительственная редакция закона не свободна от недостатков, но является компромиссной и не дает никому из заинтересованных участников рынка серьезных преимуществ. Исключением может стать усиление позиции ФАС,

если статья 16-ая будет принята в предлагаемой форме. Все без исключения эксперты высказывают опасение, что внесение в текст закона популистских поправок, последствия которых не просчитаны, может породить непредсказуемые экономические и социальные последствия.

ПОСЛЕДСТВИЯ НЕКОТОРЫХ НОРМ ЗАКОНА О ТОРГОВЛЕ

В ходе экспертного опроса выяснилось, что часть норм закона несет в себе потенциальную опасность ухудшения ситуации для отрасли и в конечном итоге для потребителей. Если обобщить опасения экспертов, то получится следующая картина негативных экономических и политических последствий.

Статья 9. Пункты 3 и 7. Статья 15

ЗАПРЕТ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ И СОВМЕЩЕНИЯ ДОГОВОРОВ

1. Уничтожение прозрачного механизма выбора поставщиков на полки супермаркетов.
2. Вероятность возрождения серых схем и откатов.
3. Тактическая победа крупных иностранных ТНК, продукция которых активно рекламируется на ТВ и обладает большей узнаваемостью.
4. Повышение административных издержек для торговли.
5. Рост цен.

Статья 9. Пункт 4.

УСТАНОВЛЕНИЕ ЖЕСТКО ФИКСИРОВАННЫХ СРОКОВ ОПЛАТЫ ЗА ПОСТАВКИ

1. Искусственное ограничение конкуренции.
2. Повышение административных издержек для торговли.
3. Уменьшение ассортимента товаров, требующих быстрой оплаты.
4. Разорение ряда мелких и средних сетей.
5. Рост цен.

Статья 15. ЗАПРЕТ НА ВОЗВРАТ ТОВАРОВ ПРОИЗВОДИТЕЛЮ.

1. Искусственное ограничение конкуренции.
2. Отсутствие на полках магазинов новых товаров от ранее неизвестных производителей.
3. Диктат крупных производителей, в первую очередь зарубежных ТНК.
4. Падение товарооборота в мелких и средних сетях.
5. Рост цен.

Статья 16. ОГРАНИЧЕНИЕ ДОЛИ СЕТЕЙ НА МУНИЦИПАЛЬНЫХ РЫНКАХ ПОРОГОМ В 25% С ЗАПРЕТОМ НА ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ.

1. Искусственное ограничение конкуренции.
2. Питательная почва для произвола чиновников на местном уровне.

3. Замедление темпов строительства и удар по строительной отрасли.
4. Ограничение права владельца торговых площадей на их продажу.
5. Падение товарооборота в целом по отрасли.
6. Появление случаев создания искусственного дефицита наиболее ходовых товаров массового спроса.
7. Увеличение силы иностранных компаний, делающих акцент на гипермаркеты.
8. Удар по среднему и малому бизнесу, использующему торговые франшизы.
9. Ограничение на свободу покупать товары там, где вам хочется.
10. Уменьшение инвестиций в современные форматы торговли.
11. Рост цен.

Именно 16-ая статья, по мнению экспертов, выглядит наиболее одиозной, поэтому ей следует уделить чуть больше внимания. К примеру, ее инициаторы из ФАС ставят своей целью ограничить *«рыночную силу»* сетей. Однако главным бенефициаром от этого решения могут стать сети, использующие формат «гипермаркета», т.к. Им достаточно построить один магазин в муниципальном районе. Защищая статью 16-ю, депутаты заявляют о защите малого и среднего бизнеса. Однако ее нормы ограничивает возможности развития именно малого и среднего бизнеса, значительная часть которого работает с федеральными сетями по схеме франчайзинга.

НЕЧАЯННЫЕ БЕНЕФИЦИАРЫ

Детальный анализ текста правительственного законопроекта позволяет говорить о феномене «нечаянных бенефициаров лоббизма». Это значит, что определенные компании, не предпринимавшие усилий для улучшения своего положения, неожиданно получают преимущества за счет действий лоббистов другой отрасли (в данном случае, переработчиков). Среди счастливицков:

- Крупные иностранные сетевые компании, использующие формат гипермаркетов.

Их не коснется запрет на приобретение и строительство новых площадей после достижения доли рынка в 25%. Они приходят на рынок с одним магазином, который сразу может получить долю значительно больше 25 % (например, «Ашан» в деревне Мамыри Московской области).

- Крупные иностранные компании – производители продуктов питания, которые тратят большие деньги на рекламу.

В ситуации отмены бонусов у их продукции больше шансов быть проданной.

- Оптовые поставщики небрендовой продукции (картофель, свекла и т.д.), реализуемой в крупных торговых сетях.

Они получают преимущество в борьбе с поставщиками, стремящимися, чтобы покупатель запомнил их продукцию, и для этого вкладывающими деньги в качество и бренд.

Кроме того, в случае расширения действия норм законопроекта на торговлю непродовольственными товарами, серьезный выигрш получают и крупные западные производители электроники и бытовой техники, которые, по единодушной оценке экспертов, и так доминируют над сетями. Один из участников рынка описывает такую картину: *«Я наблюдал, как на одном из мероприятий юристы из этих ТНК быстренько переписывали в свой блокнот положения 15-й статьи. Они потирали руки в предвкушении того, что это будет распространено на непродовольственный сектор».*

НЕЧАЯННЫЕ ПОСТРАДАВШИЕ

Впрочем, можно говорить и о феномене «нечаянных пострадавших» от лоббизма своих же интересов:

- статья 16 ударяет по малому и среднему бизнесу, значительная часть которого работает по франчайзингу;
- статья 16 в силу неопределенности правоприменения может осложнить работу крупных производителей, распространяющих свою продукцию через торговые дома;
- норма о запрете возврата поставщику непроданного товара ударит по малому и среднему бизнесу в торговле и малому и среднему производителю;
- после отмены бонусных платежей будет гораздо сложнее выходить на рынок новым производителям продукции и выводить на рынок новые товары;
- строительная отрасль, в случае принятия 16 статьи и ограничения на введение новых торговых площадей, недосчитается заказов на строительство новых объектов торговли.
- ФАС, которая занимала чрезвычайно жесткую позицию на всех этапах обсуждения закона, придавая определенную легитимность популистской атаке на сети, в конце концов оказалась в сложном положении.

Ведомство министра экономики Эльвиры Набиуллиной предложило исключить из законопроекта 16-ю статью, в результате чего появилось письмо ФАС в адрес Минпромторга о предоставлении отсрочки введения жестких норм на 4 года. На встрече с РСПП, прошедшей 21 октября, президент Медведев отметил, что получает очень много возражений на предложения ФАС, в т.ч. И в вопросе регулирования торговли, и поэтому не вполне доволен законодательской деятельностью службы Артемьева. Вполне возможно, что почетного выхода из аппаратной ловушки в виде отсрочки введения 16-ой статьи ФАС не получит.

Выводы других исследователей (ВШЭ, АНХ, РГТЭУ)

На экспертных обсуждениях закона о торговле, прошедших в Государственном университете — Высшей школе экономики, Российском государственном торгово-экономическом университете, Институте современного развития, Академии народного хозяйства при Правительстве РФ, ряд норм закона и в особенности депутатские поправки были подвергнуты жесткой критике. Возникли и вопросы по соответствию ряда норм закона Конституции и Гражданскому кодексу. В ответ депутат Ирина Яровая не нашла ничего лучше, чем заявить, что «исследования — это средневековый метод». Что же вызвало такую жесткую реакцию депутата?

Эксперты ГУ-ВШЭ сделали следующие выводы:

1. Законопроект не соответствует своему названию и концентрируется только на сетевом формате торговли продовольствием. Он решает лишь тактические задачи разрешения конфликтов в цепи поставок за счет ограничения розничных сетей.
2. Требование обеспечить российским фермерам и другим мелким *отечественным сельхозпроизводителям* доступ в розничные сети проистекает из непонимания того, что многие мелкие поставщики в принципе не могут выполнить функциональные требования розничных сетей в части объёма и бесперебойности поставок, стандартного качества продукции, надлежащих условий хранения и транспортировки, фасовки и упаковки.
3. Попытки вмешаться в сферу гражданско-правовых отношений чреваты не только нарушением стимулов к дальнейшему развитию для ведущих участников рынка. Они порождают многие *институциональные ловушки*, когда избирательные административные меры ведут к результатам, которые прямо противоречат декларируемым целям. С негативными последствиями недостаточной конкуренции, порождённой во многом дефицитом современных торговых форматов, развиваемых розничными сетями, пытаются бороться путём сдерживания их развития, попадая тем самым в своего рода замкнутый круг.
4. Необходимо изъять из законопроекта излишние ограничения свободы гражданско-правовых отношений в торговле продовольственными товарами, касающихся запрещения бонусных платежей и установление предельной доли рынка или, по крайней мере, не распространять их на другие сферы торговли, а также не допускать внесения в законопроект активно обсуждаемых положений, касающихся фиксации торговых наценок.

Эксперты АНХ при Правительстве РФ считают, что:

1. *Законопроект не имеет достаточных конституционных оснований.* Предусмотренные им ограничения свободы договора не направлены очевидным образом на оговоренные в ч. 3 ст. 55 Конституции РФ допустимые цели такого ограничения.

2. *Законопроект способствует улучшению положения одних поставщиков товаров за счет других.* Исходя из общей для всех рынков экономической логики, ограничение свободы договора наносит ущерб обеим сторонам договора, но создает при этом возможность выигрыша для третьих лиц.
3. *Законопроект несет существенный риск повышения цен.* Установление максимальной доли торговых сетей на муниципальном рынке в размере 25% ограничивает получение торговыми сетями экономии издержек на масштабе, что неблагоприятно для потребителей и способствует завышению цен. Обозначенная в законе максимальная доля произвольна и не опирается на международную практику контроля за экономической концентрацией. В итоге получение потребителем благоприятного эффекта от введения нормы маловероятно.

На обсуждении в РГТЭУ было отмечено, что:

1. Текст документа в целом не соответствует своему названию, более того часть его реального содержания (например, сроки отсрочки платежей) не должна вводиться через федеральный закон, следует улучшать имеющиеся кодексы и нормативно-правовые акты
2. В законе отсутствует даже упоминание системы потребительской кооперации, которая существует более 180 лет и обслуживает 1/3 населения страны через 50 тысяч магазинов на селе. В настоящее время эта система остро нуждается в государственно-правовой поддержке.
3. Принятие закона в данном виде приведет к необходимости подготовки и принятия дополнительного закона о торговле продукцией производственно-технического назначения.
4. Реальной конкуренции в торговле нет, поэтому надо убрать все рассуждения об антимонопольном регулировании. Разрешительные процедуры, предлагаемые ФАС, ведут к ограничению конкуренции и увеличению коррупции.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РАБОЧЕЙ ГРУППЫ ГОСДУМЫ

Работа депутатского корпуса над поправками между первым и вторым чтением велась по четырем направлениям:

- уточнение юридической терминологии и устранение неточностей;
- совершенствование норм, связанных со сроками оплаты скоропортящихся товаров;
- ужесточение или облегчение норм антимонопольного регулирования в статье 16-ой;
- введение той или иной формы государственного регулирования размеров торговой наценки.

Зампред комитета Госдумы по экономической политике и предпринимательству Андрей Голушко, возглавивший рабочую группу по работе над законом о торговле, занял сбалансированную и компромиссную позицию. Особенно ярко различия в подходах депутатов-популистов и депутатов-прагматиков проявились в ходе прошедших 20 октября парламентских слушаний. Андрей Голушко всячески подчеркивал, что его главный интерес как депутата – отстаивать позицию потребителя, сделать так, чтобы потребитель выиграл, а остальные участники рынка не проиграли. В то же время депутат Ирина Яровая придерживалась иной логики – поддержать производителя, который должен стать единственным победителем.

В ходе парламентских слушаний также стало очевидно, что в стане приверженцев «жестких ограничений ритейла любой ценой» к концу кампании осталось куда меньше людей, чем вначале. Среди *«непримиримых»* борцов с сетями, оказались Ирина Яровая и некоторые члены комитета по аграрной политике. Крупные поставщики, почувствовав, что не могут контролировать политическую составляющую вопроса, уже не столь однозначно доказывали порочность практик сетевой торговли. В ходе парламентских слушаний даже Сергей Лисовский согласился с тем, что среди сетей есть и хорошие партнеры для бизнеса, а один из руководителей «Вимм-Билль-Данна» Давид Якобавили, опасаясь прихода регулятора в вотчину производителя, призвал к свободной конкуренции и балансу, а также прекращению противостояния с сетями. Очевидно, переработчики почувствовали, что попадают в «лоббистскую ловушку». Используя аргументы по принципу «бери всё», переработчики сами стали заложниками используемой аргументации и идеологии. «Пиаровский бумеранг» теперь ударит и по ним. Следующим предметом государственного регулирования неизбежно станут отношения сельскохозяйственных производителей и переработчиков.

Рабочая группа Госдумы под руководством Андрея Голушко провела серьезную работу по обработке более 200 внесенных поправок. В итоговом списке из наиболее важных следует отметить:

- Изъятие из статьи 16-ой упоминания об обороте в 1млрд. рублей;
- Отсрочка вступления в силу статьи 16-ой как минимум на год до января 2011 года.
- Госрегулирование цен на социально значимые продовольственные товары.
Если за месяц в регионе цена на такой товар вырастет в 1,5 раза и больше, правительство будет вправе установить на него предельную розничную цену, которая будет действовать до 90 дней. Примечательно, что данную компромиссную и экономически обоснованную поправку внес лично спикер Государственной Думы и руководитель «Единой России» Борис Грызлов.
- Запрет для ритейлеров продажи товаров с отрицательной торговой наценкой.

Такая практика будет позволена, если истекло более 80% срока годности товара, если торговый объект прекращает свою деятельность или она приостановлена на срок, превышающий срок годности товара. Внесение данной поправки можно считать лоббистской победой организованных производителей брендовой продукции³. Их позиция, в частности, показывает, что ограничение верхней планки торговой наценки для производителя (несмотря на весь пафос популистской риторики) не так важно, как нижней. С точки зрения же потребителя это вопрос не столь однозначный, ведь по сути поправки депутаты хотят ограничить сети в возможности устраивать распродажи и предлагать некоторые товары по низким ценам.

Итоги деятельности рабочей группы показывают, что руководство «Единой России» способно в большинстве случаев удерживать позицию здорового прагматизма. Механизм нахождения компромиссов между ветвями власти и группами интересов по-прежнему работает.

По мере приближения ко второму чтению, дискуссия о принципах регулирования торговли в РФ вышла на высший уровень. На прошедшей 21 октября в Кремле встрече с членами Российского союза промышленников и предпринимателей президент России Дмитрий Медведев высказал свою точку зрения на законопроект о торговле: *«Понятно, что торговые сети – это, безусловно, шаг в будущее»*. Президент пояснил, что сам оценивает деятельность губернаторов в том числе и по количеству работающих в их регионах сетей: *«Когда я езжу по регионам, [то вижу]: чем большее количество сетей в регионе, тем более развитый регион, и тем лучше, на мой взгляд, губернатор справ-*

3 Например, ассоциации Rusбренд, которая объединяет производителей фирменных торговых марок.

ляется со своими обязанностями. Есть, конечно, свои сложности, потому что есть маленькие регионы, есть очень тяжелые в экономическом смысле, но желание затащить к себе большее количество торговых сетей – это в целом позитив».

Президент подчеркнул, что с инициативой принятия данного закона выступили не простые граждане, а руководители аграрных предприятий, недовольные практикой высоких бонусов за вход в сеть. Эта практика настораживает, считает Медведев. Но это не означает, что надо переходить к жестким мерам государственного регулирования. *«Законодательство здесь должно быть, и оно не должно быть бестолковым»*, – сказал Медведев. Таким образом, президент занял умеренную позицию и поддержал правительственный законопроект.

На следующий день, 22 октября, статс-секретарь – заместитель министра промышленности и торговли РФ Станислав Наумов поддержал позицию президента, назвав сетевую торговлю самым современным форматом экономики, производительность труда в котором гораздо выше, чем в обрабатывающей промышленности. Замминистра подчеркнул, что грядущее законодательное регулирование отрасли станет значимым компромиссом между интересами крупных и средних сетей. А целью закона о торговле должно стать доведение муниципальных торговых сетей до уровня региональных, региональных – до межрегиональных.

Стоит отметить, что публичное выступление президента Медведева не мало способствовало инерционному сценарию. Поэтому следует ожидать, что градус популизма в ходе дальнейшего обсуждения закона в Госдуме будет снижен.

Вероятно, подвергнется коррекции и скандальная 16 статья. Возможно, планка регулирования поднимется до уровня субъекта Федерации, а применение норм антимонопольного регулирования будет отложено на несколько лет – до выработки методики определения порога доминирования. Удастся избежать и тотального регулирования цен, которое вернуло бы страну к дефициту и пустым прилавкам. Лидер «Единой России» Борис Грызлов внес компромиссную и экономически обоснованную поправку, которая предоставляет правительству право регулировать цены на социально значимые товары, если в течение 30 дней в том или ином регионе цены на товар подскочили более чем на 50%. Вводить госрегулирование можно будет на срок до 90 дней.

Итак, широкая общественная и экспертная дискуссия вокруг закона о торговле состоялась и была полезна. Закон в целом не претерпел кардинальных изменений, остался по своему духу центристским. Наиболее прагматичные депутаты отошли от тотальной поддержки производителей и встали на позицию покупателя. Законопроект может стать компромиссом между двумя составляющими торговой цепочки – ритейлерами и переработчиками, с некоторым перевесом в пользу интересов последних. Дальнейшее смещение этого баланса в сторону поставщиков может нанести ущерб уже интересам потребителей. В то же время для большинства экспертов очевидно: необходимо отдельное регулирование взаимоотношений между производителями сырья и переработчиками, в частности, с точки зрения обеспечения справедливых закупочных цен. Это, по всей видимости, может произойти в самое ближайшее время, но уже в рамках отдельного закона. Об этом недвусмысленно сказал премьер-министр Владимир Путин на заседании Президиума Правительства 8 октября: *«Кстати говоря, есть и проблемы еще в звене производитель-переработчик – на это тоже нужно посмотреть повнимательнее».*

РЕЗЮМЕ

1. Между первым и вторым чтением произошли разительные **изменения позиций** ряда субъектов, казавшиеся незыблемыми. Так, ФАС попросил отодвинуть на 2014 год введение своей же собственной статьи 16-ой. МЭР, ранее занимавший совершенно отстраненную позицию, неожиданно направил разгромное письмо по поводу текста закона. А парламентские слушания в ГД РФ показали, что даже представители переработчиков более не настаивают на жестких ограничениях в отношении торговых сетей и выступают за свободу предпринимательства. Произошел массовый отход от риторики, демонизирующей торговые сети.
2. **Зеркальный принцип** предлагаемых ограничений на работу сетей означает, что нормы закона самым непосредственным образом скажутся на положении производителей. Например, четкое указание на сроки оплаты товаров предполагает повсеместный отход от практики 100% предоплаты. Оказалось, многие правила, которые задумывались как ограничения исключительно для сетей, станут ограничениями и для производителей (оптовая торговля).
3. **Эффект бумеранга**. В завершающей стадии принятия законопроекта возникли дополнительные следствия, которые на первых этапах лоббистами просто не просчитывались. Машина госрегулирования уже работает сама по себе, есть сформированная политическая повестка дня и просто так с нее не сойти. Вся мотивация и аргументация, которая использовалась для давления на сети, начинает бить по тем, кто реально покупает у крестьянина произведенные им товары. Об этом сказал премьер-министр России Владимир Путин, обратив внимание на цепочку «поставщик-переработчик». Таким образом, выход дискуссии на высокий политический уровень создает проблемы уже для тех, кто начал игру.
4. Появился **новый президентский дискурс**, связанный с необходимостью борьбы с административными ограничениями и барьерами для развития торговли в регионах. Встречаясь с руководством РСПП, президент Медведев подчеркнул, что «сети – это шаг в будущее», а их наличие в регионах – важная часть оценки работы губернаторов.
5. Второе чтение вероятнее всего состоится 11 ноября. Между тем **четкой позиции более нет ни у одной из сторон**. Торговые сети уже практически смирились с тем, что будет некий закон, который их так или иначе ограничит, но, главное, что он будет *«совместим с жизнью»*. В тоже время у тех сил, которые этот закон продвигали, позиция размывается, даже относительно антимонопольной 16 статьи. Таким образом, существует серьезная вероятность того, что понадобится еще одно вмешательство премьер-министра.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ (МИПЭ)

Международный институт политической экспертизы (МИПЭ) – независимая исследовательская организация. Основан в 2003 г.

Основные виды деятельности:

- Изучение практики проведения политических и лоббистских кампаний в России и за рубежом;
- Анализ политических и экономических процессов на постсоветском пространстве;
- Мониторинг деятельности элит в России и странах СНГ;
- Изучение проблем энергетической и военно-политической безопасности в Европе;
- Подготовка высококачественной эксклюзивной аналитики для органов государственной власти и бизнес-структур.

Исследовательские проекты МИПЭ:

- Президент-2004. Сравнительный анализ избирательных технологий на выборах президентов России, Украины и США (2004);
- Психологические портреты кандидатов в президенты Украины (2004);
- Мониторинг выборов в Законодательные собрания Российской Федерации: технологии продвижения партийных брендов (2004-2007);
- Универсальные избирательные технологии и страновая специфика: опыт российских политических консультантов (2005);
- Как стать и остаться губернатором-2. Технологии лоббирования кандидатов на пост главы региона в Российской Федерации (2005-2009);
- Мониторинг выборов в Верховную Раду Украины (2005-2006, 2007);
- Оптимизация административно-территориального деления Российской Федерации: первые результаты и дальнейшие шаги (2006);
- Рынок лоббизма в России в первой половине 2006 г. (совместно с Центром политической конъюнктуры России);
- Отношение избирателей и экспертного сообщества Украины к перспективам вступления в НАТО (совместно с Центром социальных технологий «София», Центром исследований армии, конверсии и разоружения) (2006);
- Группы влияния и технологии лоббизма в Украине (совместно с Киевским Институтом проблем управления им. Горшенина) (2007);
- Энергетический потенциал Украины (совместно с фондом «Свободная Европа», United Communications, центр «София») (2007);

- ЕЭП-лоббизм. Группы влияния и лоббистские технологии в России, Украине, Белоруссии, Казахстане: сопоставительный анализ (2006-2007);
- Лоббизм иностранных корпораций в Туркменистане (2007);
- Сценарии передачи власти в странах Центральной Азии и Казахстане: опыт и перспективы (2007).
- Евразийская энергетическая стратегия России: приоритеты и технологии реализации (2007).
- Рейтинг политической выживаемости губернаторов в РФ (совместно с Центром Политической Конъюнктуры России и фондом «Петербургская политика») (2007-2009).
- Конфликт в Южной Осетии: геополитические и имиджевые последствия для России (2008).
- Геополитический лоббизм вокруг расширения НАТО на Восток (2009);
- Мониторинг выборов в Европарламент (2009);
- Имиджи России и США накануне «перезагрузки» отношений (2009);
- Алгоритмы разрешения проблемных ситуаций в российских моногородах (на примере Пикалево и Байкальска) (2009);
- Внешние влияния на выборы президента Украины-2010 (2009);
- Признание Россией независимости Абхазии и Южной Осетии: год спустя (2009);
- Мониторинг лоббистской борьбы вокруг принятия закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (2009);
- Экономическая ситуация в Белоруссии и направления геополитического лоббизма команды Лукашенко (2009);
- Лоббизм в России и группы влияния: что изменилось за год работы тандема Путин-Медведев (2009);
- Динамика имиджей кандидатов в президенты Украины (2009);
- Новая архитектура европейской безопасности и перспективы председательства Казахстана в ОБСЕ (2009).