



НОВОСТИ ДОБРОВОЛЬНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

МАРТ 2010 г.

Замена обязательной сертификации на декларирование

По мнению большинства экспертов и производителей продуктов питания и косметических товаров, отмена обязательной сертификации их продукции и введение добровольного декларирования повысят роль саморегулирования в торговой сфере и в пищевой промышленности. Согласно нововведениям надзорные ведомства теперь имеют право проверять предприятия не чаще одного раза в три года. Совсем другое дело ассоциации и союзы производителей, которые могут контролировать декларируемое качество продукции намного чаще. Главное в данной ситуации — заинтересовать предприятия пищевой промышленности таким образом, чтобы они добровольно создавали собственные СРО. По мнению самих производителей, саморегулируемые организации существенно повысят качество товаров, производимых их членами, и скорее всего в качестве одного из обязательных критериев членства введут обязанность добровольной сертификации товаров.

Подобные ассоциации производителей, готовые приступить к оформлению на базе своих организаций СРО, уже есть в Кузбассе и Ленинградской области.

Пенсии доверяют саморегулируемым организациям

Министерство здравоохранения и социального развития задекларировало свою готовность к серьезной перестройке рынка негосударственного пенсионного обеспечения. В частности, в подготовленной ведомством Концепции развития накопительного пенсионного обеспечения предложено создание специальных накопительных фондов и фонда с участием государства, а также введение системы градации инвестиционных рисков для портфелей, в которые вкладываются пенсионные деньги. В зависимости от возраста клиента НПФ или УК смогут выбирать те или иные инструменты. Причем чем моложе застрахованное лицо, тем в более рискованные активы оно может позволить вкладывать собственные финансы.

По мнению Минздравсоцразвития, на негосударственном рынке пенсионного страхования могут одновременно сосуществовать два типа фондов: накопительные, которые будут работать с пенсионными накоплениями граждан, и фонды, занимающиеся исключительно доб-

ровольным пенсионным страхованием. Первым, чтобы заниматься накоплениями, будет необходима лицензия, а для всех остальных достаточно будет участия в СРО.

Инновационная поддержка достанется только членам СРО

У Минэкономразвития есть долгосрочные планы по созданию специальных льготных налоговых режимов для инновационных компаний. Причем отбором займутся саморегулируемые организации.

Минэкономразвития подготовило предложения по налоговому стимулированию инноваций, которые изложены в письме на имя министра финансов Алексея Кудрина. Одно из ключевых предложений — уже с 2010 г. расширить применение льготной ставки по страховым платежам (14% либо 4800 руб. в месяц). Льготу планируется предоставлять проектным и научным организациям, компаниям ИТ-сектора, резидентам технико-внедренческих зон. Потери бюджета на период 2011—2020 гг. оценены в 58,2 млрд руб. в год.

Минэкономразвития предлагает спецрежим и для новых инновационных компаний: льготы по налогам на прибыль, на имущество, земельному налогу; страховой платеж — 4800 руб. в месяц за работника. Льготы будут действовать, ими смогут воспользоваться и компании, созданные за 2—3 года до введения спецрежима. На спецрежим на первом этапе планируется перевести бюджетные научные и образовательные организации; аккредитованные в Минобрнауки; компании, прошедшие спецрегистрацию в СРО. Скорее всего в них войдут представители Роснано, Российской венчурной компании, Фонда содействия развитию малых форм предприятий, венчурных фондов, бизнес-ангелы.

Производители рекламы и кино готовы к саморегулированию

Глобальный экономический кризис серьезно ударил по производителям практически всех товаров, работ и услуг. Не остался в стороне и медийный рынок. В начале года телеканалы и рекламные агентства подводили итоги 2009 г. Они оказались нерадостными — в целом объем рынка медиапродукции и рекламы снизился практически на 30%. Это серьезно сказалось и на контенте — число ярких программ, новых шоу и передач несколько сократилось, и на рекламных агентствах, чьи доходы (комиссионные) упали до ставок в 0,1—0,2%.

Ударом по производителям и продавцам рекламы, а также по телеканалам стали и поправки в Закон о рекламе. В результате в большинстве телевизионных каналов, студий и рекламных агентств в конце первого квартала 2010 г. прошла очередная «чистка кадров». Теперь владельцы предпочитают не нести нагрузку по содержанию штатных работников, а решать все кадровые вопросы с помощью аутсорсинга.

Однако одной экономией в данном случае не обойтись. Эксперты довольно пессимистично оценивают перспективы российского медиарынка. Самое плохое, что может произойти, — российский локальный контент будет замещаться иностранным. Дальше — больше: производители будут сражаться за потребителей, и для победы понадобятся новые подходы к формированию национальных брендов. Таким образом, конкуренция производителей неизбежно ведет к тотальной конкуренции между агентствами: рекламодатели требуют лучшей рекламы за меньшие деньги. В итоге агентства снижают расценки до минимума и в будущем



просто будут отказываться от выполнения взятых на себя некорректных обязательств по договорам. Можно прогнозировать, что в этом году нас ждут и судебные разбирательства между рекламными производителями и их заказчиками, и череда банкротств рекламных агентств и студий. И снова на вакантные места к нам придут отзывчивые и обязательные иностранцы.

Реальным инструментом и механизмом выживания телевизионщики и рекламщики считают только саморегулирование и объединение в СРО. Только вместе можно будет бороться и с законодательными поправками, ущемляющими интересы производителей рекламных роликов, и с конкуренцией с медиамагнатами Запада.

Л. Камышева