**Заключение по анализу состояния конкуренции**

**на рынке оптовой реализации яиц куриных** **в**

**географических границах городов Астана, Алматы,**

**Шымкент и областей Республики Казахстан**

**Общие положения**

В соответствии с Планом Агентства по защите и развитию конкуренции Республики Казахстан *(далее – Агентство)* на 2023 год, утвержденным приказом от 31 января 2023 года № 34/НҚ, проведен анализ состояния конкуренции на рынке оптовой реализации яиц куриных за период 2022 года *(далее - Анализ)*.

Целями проведения Анализа явились определение оценки состояния конкуренции и степени рыночной концентрации на исследуемом товарном рынке, выявление субъектов рынка, занимающих доминирующее или монопольное положение на соответствующих товарных рынках, а также предупреждение и пресечение монополистической деятельности.

Анализ проведен в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан *(далее – Кодекс)* и Методикой по проведению анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке, утверждённой Приказом Агентства по защите и развитию конкуренции Республики Казахстан от 3 мая 2022 года № 13- ОД *(далее – Методика)*.

При проведении Анализа использовались сведения, полученные от органов статистики, юстиции, таможенных и местных исполнительных органов, а также субъектов рынка, осуществляющих деятельность на исследуемом товарном рынке.

**1. Определение критериев взаимозаменяемости товаров**

В соответствии с пунктом 8 Методики, определение наименования товара проводится на основе казахстанских классификаторов продукции, работ, услуг, видов экономической деятельности; товарных словарей или справочников товароведов; заключений специалистов, имеющих специальные знания в соответствующей сфере; решений о предоставлении лицензий и/или документов, подтверждающих наличие лицензии; условий договора, предметом которого является рассматриваемый товар; иного способа позволяющего однозначно определить товар.

Согласно пункту 4) статьи 196 Кодекса, под товаром понимаются товар, работа, услуга, являющиеся объектом гражданского оборота.

Товаром на рассматриваемом рынке является – яйцо куриное.

Яйцо – один из важных продуктов питания, состоит из яичного белка и желтка. Желток содержит белки, а также жиры и холестерин. Яичный белок состоит на 90% из воды, на 10% из белков. Предназначен для непосредственного употребления в пищу, для производства кондитерских изделий и для использования предприятиями общественного питания.

Яйца кур содержат все необходимые для жизни человека питательные и биологически активные вещества, находящиеся в оптимальном соотношении: 12-13% протеина, около 12% жира, 1% углеводов. В белке яиц находятся незаменимые аминокислоты, которые усваиваются человеком на 96-98%, и белковое вещество – лизоцим, обладающее бактерицидными свойствами. В яйце содержится свыше 20 минеральных веществ, витамины А, D, В, рибофлавин и пантотеновая кислота. Калорийность куриного яйца составляет 157 ккал на 100 грамм продукта, а одно яйцо весит примерно 35-75 грамм.

 

По действующим стандартам маркировка должна быть на каждом яйце, произведённом на птицефабрике.

Яйца категорий С2, С1 и С0 различаются по весу, питательности, сбалансированности химического состава и цене.

Яйцо относится к быстропортящемуся товару, срок его реализации ограничен.

По общему классификатору видов экономической деятельности (ОКЭД) НК РК 03-2019, деятельности по реализации куриных яиц присвоен Код 46.33.0 - **«**Оптовая торговля молочными продуктами, яйцами, пищевыми маслами и жирами».

Этот подкласс включает:

- оптовую торговлю яйцами и яичной продукцией.

Согласно пункту 7 Методики, процедура определения критериев взаимозаменяемости товара, не имеющего заменителя, или взаимозаменяемых товаров (работ, услуг), обращающихся на одном и том же товарном рынке, включает:

1) определение наименования товара;

2) определение свойств товара, определяющих выбор покупателя, и товаров, потенциально являющихся взаимозаменяемыми для данного товара;

3) определение взаимозаменяемых товаров.

В соответствии с пунктом 11 Методики, при определении взаимозаменяемости товара, учитываются функциональное назначение и применение товара, в том числе потребительские свойства, качественные характеристики и технические характеристики товара.

В соответствии с пунктом 4) статьи 196 Кодекса, взаимозаменяемый товар – группа товаров, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене, а также другим параметрам, таким образом, что потребитель заменяет их друг другом в процессе потребления *(производства)*.

 Товар, потенциально являющиеся взаимозаменяемым для данного товарного рынка, определен в результате анализа сопоставимых по существенным свойствам товаров, входящих вместе с анализируемыми товарами в одну классификационную группу казахстанских классификаторов видов экономической деятельности.

 Куриное яйцо делится на 5 категорий в зависимости от веса, ценовая разница для потребителя в зависимости от категорий приобретаемого яйца составляет от 5 до 10%. Так, например, при отсутствии яйца 1 категорий, потребитель без ущерба может приобрести отборное яйцо.

 Куриное яйцо не имеет заменителей, так как самое распространенное и доступное для потребителя, так же значительно дешевле для потребителя, к примеру, по отношению к перепелиным яйцам.

 Исходя из вышеизложенного, куриное яйцо является не взаимозаменяемым товаром.

Согласно Постановлению Правительства Республики Казахстан от 1 марта 2010 года яйцо куриное I категории входит в перечень социально значимых продовольственных товаров *(далее – СЗПТ).*

**II. Определение границ товарного рынка**

В соответствии с пунктом 4 статьи 196 Кодекса, границы товарного рынка определяют территорию, на которой потребители приобретают товар или взаимозаменяемый товар, если его приобретение нецелесообразно за пределами данной территории по экономическим, технологическим и другим причинам.

Согласно пункту 17 Методики определение границ товарного рынка осуществляется по одному из указанных критериев либо их совокупности:

1) возможность приобретения товара на данной территории;

2) обоснованность и оправданность транспортных затрат относительно стоимости товара;

3) сохранение качества, надежности и других потребительских свойств товара при его транспортировке;

4) отсутствие ограничений (запретов) купли-продажи, ввоза и вывоза товаров;

5) наличие равных условий конкуренции на территории, в пределах которой осуществляются реализация, поставка товаров.

При выявлении условий обращения товара, ограничивающих экономические возможности приобретения товара покупателями, учитываются следующие: требования условий транспортировки товара (обеспечивающие сохранение потребительских свойств товара), организационно-транспортные схемы приобретения товара покупателями; возможность перемещения товара к покупателю или покупателя к товару; наличие, доступность и взаимозаменяемость транспортных средств для перемещения товара; расходы, связанные с поиском и приобретением товара, а также транспортные расходы; особенности территории в предварительно определенных географических границах товарного рынка.

В силу специфики исследуемого товарного рынка на географические границы данного рынка влияет ряд факторов.

Для сельскохозяйственных предприятий и птицефабрик экономически целесообразно организовать доставку яиц куриных при минимальных транспортных расходах, которые ежегодно увеличиваются в связи с ростом цен на ГСМ, запчасти и т.д.

Необходимым условием для обращения товара *(яиц куриных)* является развитость транспортной составляющей – наличие и состояние дорог. Неудовлетворительное качество дорог в сельской местности и между отдельными районами также влияет на дальность перевозки яиц куриных, что соответственно, приводит к сужению границ рассматриваемого рынка.

Кроме того, существенными факторами, определяющими географические границы рынка яиц куриных, является ценовая политика.

Следует отметить, что в городах Астана и Алматы отсутствуют производители *(птицефабрики)*.

С учетом изложенного, принимая во внимание особенности организации рынка оптовой реализации куриных яиц, а также учитывая наличие экономических причин, географические границы анализируемого товарного рынка определены административными границами городов Астана, Алматы, Шымкент и областей Республики Казахстан, в пределах которых субъекты рынка фактически оказывают свои услуги.

**III. Определение временного интервала исследования**

**товарного рынка**

Согласно пункту 25 Методики, анализируемый период товарного рынка определяется курирующим заместителем руководителя антимонопольного органа и (или) руководителем территориального подразделения антимонопольного органа.

В соответствии с пунктом 26 Методики, временной интервал исследования товарного рынка определяется в зависимости от цели исследования, особенностей товарного рынка и доступности информации.

На основании вышеизложенного, а также в соответствии с пунктом плана работы Агентства по защите и развитию конкуренции Республики Казахстан на 2023 год № 34/НҚ от 31 января 2023 года, временным интервалом исследования определен 2022 год.

**IV. Определение состава субъектов рынка,**

**действующих на товарном рынке**

В соответствии с пунктом 29 Методики, в состав субъектов рынка, действующих на товарном рынке, включаются все субъекты рынка, реализующие в его границах рассматриваемый товар в пределах определенного временного интервала.

Согласно Закону Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности», оптовая торговля – предпринимательская деятельность по реализации товаров, предназначенных для последующей продажи или иных целей, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

По информации Бюро национальной статистики, по виду экономической деятельности Общего классификатора видов экономической деятельности «46.33.0 – «Оптовая торговля молочными продуктами, яйцами, пищевыми маслами и жирами» на территории Республики Казахстан осуществляют деятельность 1333 юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

В ходе обработки информации, поступившей от государственных органов, а также исследования ответов, предоставленных потенциальными субъектами рынка территориальными подразделениями Агентства установлено порядка 39 производителей куриных яиц.

В целом, в ходе анализа установлены 111 субъектов рынка осуществлявшие оптовую реализацию куриных яиц в период 2022 года.

**V. Расчет объема товарного рынка и долей субъектов рынка**

***Таблица 2***

**Баланс рынка куриных яиц в Республике Казахстан**

**в динамике за период 2021, 2022 годы**

*в шт.*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Период** | **Производство** | **Экспорт** | **Импорт** | **Реализация на внутреннем рынке** |
| 2021 год | 4 819 858,2 | 218 761 | 276 970,247 | 4 878 067,447 |
| 2022 год | 5 027 085,6 | 233 743,8 | 258 557,305 | 5 051 899,105 |

Из вышеуказанного баланса рынка следует, что в целом в 2022 году в сравнении с аналогичным периодом 2021 года наблюдается увеличение обьемов производства на 4,3%, экспорта на 6,8% и реализации на внутреннем рынке на 3,6%. При этом, отмечается уменьшение объема импорта на 6,6%.

**Субъекты рынка занимающие доминирующее положение**

**в разрезе регионов**

***город Астана***

По итогам расчета долей на анализируемом товарном рынке в границах города Астаны субъектов занимающих доминирующих положение не выявлено.

***город Алматы***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***город Шымкент***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Акмолинская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Область Абай***

По итогам расчета долей на анализируемом товарном рынке в границах области Абай субъектов рынка, занимающих доминирующее положение не выявлено.

***Актюбинская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Алматинская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Атырауская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Восточно-Казахстанская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Жамбылская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Область Жетісу***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Западно-Казахстанская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Карагандинская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Северо-Казахстанская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Кызылординская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Мангистауская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Павлодарская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Костанайская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Туркестанская область***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

***Область Ұлытау***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование субъектов** | **Доля, %** |
| 1 | XXXX | XXXX |
|  | **Итого** | XXXX |

**VI. Оценка состояния конкурентной среды на товарном рынке**

В соответствии со значениями коэффициентов рыночной концентрации и индекса Герфиндаля – Гиршмана *(НН)* анализируемый товарный рынок за период с января по декабрь 2022 года по степени концентрации характеризуется преимущественно как высококонцентрированный.

**Уровень концентрации в разрезе регионов в 2022 году**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Регион** | **Уровень концентрации** |
| 1 | г. Астана | 1. Умеренно концентрированный рынок;
2. CR-3 45%<60,1%<70%;
3. HHI <1000 <1791,6<2000.
 |
| 2 | г. Алматы | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. CR-3 70%<98,39%<100%;
3. HHI <2000<7796,6<10000.
 |
| 3 | г. Шымкент | 1) Высококонцентрированный рынок;2) CR-3 70%<99,65%<100%;3) HHI <2000<3733,2<10000. |
| 4 | Область Абай | 1) Умеренно концентрированный рынок;2) СR-3 45% 3< 55,9%<70%; 3) HHI <1000<1588,3<2000. |
| 5 | Акмолинская область | 1) Высококонцентрированный рынок;2) СR-3 70% < 67,27%<100%;3) HHI <1000<2041<2000. |
| 6 | Актюбинская область | 1. Умеренно концентрированный рынок;
2. CR-3 45% 3< 50,67%<70%;
3. HHI <1000<1288,6<2000.
 |
| 7 | Атырауская область | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. CR-3 70%<78,39%<100%;
3. HHI <2000<2416,2<10000.
 |
| 8 | Восточно-Казахстанская область | 1. Высококонцентрированный рынок
2. CR-3 70%<82,8%<100%;
3. HHI <2000<6932<10000.
 |
| 9 | Жамбылская область | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. CR-2 70%<97,58%<100%;
3. HHI <2000< 3558<10000.
 |
| 10 | Алматинская область  | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. CR-2 70%<100%<100%;
3. HHI <2000<4532<10000.
 |
| 11 | область Жетісу | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. СR-1 70% 99,81%<100%;
3. ННI <2000<3513,6<10000.
 |
| 12 | Западно-Казахстанская область | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. CR-1 70%< 95,3%<100%;
3. HHI <2000<9082,09<10000.
 |
| 13 | Карагандинская область | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. CR-2 70%<88,25%<100%
3. HHI <2000< 3679,9<10000.
 |
| 14 | область Ұлытау | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. СR-2 70%83,2 %<100%;
3. ННI <2000<4413<10000.
 |
| 15 | Костанайская область | 1. Высококонцентрированный рынок
2. CR-3 70%<80,4%<100%
3. HHI <2000< 3620,3<10000.
 |
| 16 | Кызылординская область | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. CR-2 70%<79,3%<100%;
3. HHI <2000<2150<10000.
 |
| 17 | Мангистауская область | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. CR-3 70%< 94,8%<100%;
3. HHI <2000<3674<1000.
 |
| 18 | Павлодарская область | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. CR-2 70%<93,0%100%;
3. HHI <2000<5915<10000.
 |
| 19 | Северо-Казахстанская область | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. CR-4 80%<99,7%<100%;
3. HHI <2000<2514<10000.
 |
| 20 | Туркестанская область | 1. Высококонцентрированный рынок;
2. CR-3 70%<81,44%<100%;
3. HHI <2000<3265,9<10000.
 |

**VII. Определение обстоятельств или признаков, свидетельствующих о наличии препятствий, затруднений либо иных ограничений деятельности субъектов рынка, влияющих на развитие конкуренции, в том числе определение барьеров входа на товарный рынок**

По результатам проведенного анализа выявлены следующие барьеры входа на рынок оптовой реализации яйца, а именно:

1. *Экономические.*
2. значительные первоначальные вложения для организации производства и реализации куриных яиц, а также длительные сроки окупаемости этих вложений.

Для входа на рынок и поддержания конкурентоспособности на нем, потенциальным конкурентам потребуются значительные материальные средства в целях:

- обустройства птицефабрики по современному стандарту с приобретением необходимого производственного оборудования;

- приобретения необходимых транспортных средств для осуществления поставок;

- приобретения или аренды складских помещений;

- закупки кур несушек *(родительское стадо)*;

- приобретения кормов для содержания кур и компонентов для них, в т.ч. соевые бобы, соя, пшеница и растительные компоненты и др;

- формирования кадрового состава,

- маркетинговые вложения;

- обслуживания основных средств, амортизационных расходов.

2) транспортные ограничения:

- высокий уровень транспортных тарифов и сборов, допольнительные транспортные расходы, связанные с удаленностью точек реализации продукции от районных и областных центров и основных оптовых поставщиков; требования к погрузке и условиям транспортировки, включая предотвращение боя вследтсвие хрупкости и перемерзания;

- периодически создаются ситуации с нехваткой вагонов для транспортировки кормов для птицы;

- постпандемический кризис и нынешняя геополитическая ситуация, которая привела к инфляции и разрывам сформировавшихся ранее логистических цепочек;

В Атырауской области в связи с отсутствием производителей корма птицефабрики региона приобретают корма из ближнего, дальнего зарубежья и других регионов РК.

3) более высокие затраты привлечения финансирования для потенциальных участников по сравнению с субъектами рынка, действующими на рассматриваемом товарном рынке;

4) иные экономические обстоятельства, препятствующие, затрудняющие либо ограничивающие деятельность субъектов рынка:

Наблюдается удорожание закупаемых кормов, ветеринарных препаратов, а также импортируемых упаковочных материалов и запасных частей для оборудования и транспортных средств.

Также установлено наличие барьеров входа в части сбыта в розничные торговые сети *(супермаркеты)*, условия работы с которыми не устраивают потенциальных производителей *(задержка расчетов после реализации на три-четыре недели, консигнации, штрафы, ретробонусы, списание на процент разбившихся яиц)*.

Наличие долговых нагрузок по кредитам на птицефабриках и высокие проценты кредитования.

Субъекты рынка, осуществляющие деятельность в Улытауской области, указали на слабое развитие производства в регионе, в результате для покрытия потребности в яйце необходимо завозить его с Костанайской, Акмолинской и Карагандинской областей.

2. *Административные.*

- наличие санитарно-эпидемиологических требований со стороны ветеринарного контроля к производству, расфасовке, хранению, транспортировке куриных яиц;

Яйцо куриное I категории входит в перечень СЗПТ согласно Постановлению Правительства Республики Казахстан от 1 марта 2010 года № 145, в связи с чем подпадает под государственное регулирование в установленном Кодексом порядке.

Так, в соответствии со статьей 117 Кодекса, Правительство Республики Казахстан утверждает перечень СЗПТ. Пороговые значения розничных цен на СЗПТ, размер предельно допустимых розничных цен на СЗПТ утверждаются местными исполнительными органами.

Пороговым значением розничных цен на СЗПТ является допустимый уровень розничных цен, устанавливаемый в целях недопущения необоснованного роста цен, удержания инфляции в допустимых пределах и обеспечения макроэкономической стабильности в стране, до которого субъект торговой деятельности вправе определить розничные цены на СЗПТ.

Предельно допустимыми розничными ценами на СЗПТ признается уровень розничных цен, устанавливаемый местными исполнительными органами в случае превышения пороговых значений розничных цен на СЗПТ.

При заключении договоров поставки СЗПТ размер предельной торговой надбавки должен быть установлен в обязательном порядке. Сделка, совершенная с нарушением данного требования, недействительна.

В случае превышения пороговых значений розничных цен на СЗПТ на территории области, города республиканского значения, столицы местный исполнительный орган после проведения консультаций с субъектами торговой деятельности вправе устанавливать размер предельно допустимых розничных цен на них на территории области, города республиканского значения, столицы на срок не более чем девяносто календарных дней.

*3. Иные ограничения.*

- наличие среди действующих на товарном рынке субъектов рынка вертикально-интегрированных субъектов рынка *(дистрибьюторские организации действующих субъектов на анализируемом товарном рынке)*.

**VIII. Выводы по результатам проведенного анализа состояния конкуренции на товарном рынке, которые отражаются в заключении**

Согласно пункту 54 Методики выводы по результатам анализа включают следующие разделы:

* 1. *повтор.*
1. В ходе проведения анализа установлены следующие барьеры:

Следует отметить, что первичную поставку куриного яйца осуществляют производители, а также субъекты рынка, реализующие товар импортного производства. В связи с этим, барьерами входа на данный рынок являются экономические ограничения – высокие капитальные затраты на производство, объемы первоначальных инвестиций и соответственно сроки их окупаемости.

Отмечается наличие барьеров входа в части сбыта в розничные торговые сети (супермаркеты), условия работы с которыми не устраивают потенциальных производителей (задержка расчетов после реализации на три-четыре недели, консигнации, штрафы, ретробонусы, списание на процент разбившихся яиц). Наличие долговых нагрузок по кредитам на птицефабриках и высокие проценты кредитования и пр. Удорожание закупаемых кормов, ветеринарных препаратов, а также импортируемых упаковочных материалов и запасных частей для оборудования и транспортных средств.

Установлены случаи выдачи оборотных займов отдельным субъектам рынка, не являющимся производителями и торговыми сетями, что может свидетельствовать о неэффективном применении инструмента по стабилизации цен на СЗПТ, в частности в Жамбылской области предоставлено 2 займа оптовому поставщику, осуществляющим реализацию в торговые сети, рынки и розничные магазины на сумму ХХХ тенге при объеме 1 500 000 штук, и на сумму ХХХ тенге при объеме 1 300 000 штук; в Атырауской области предоставлен займ оптовому поставщику, при этом не является субъектом Атырауской области на общую сумму ХХХ тенге.

Помимо этого, по результатам изучения ЭСФ производителей за 2022 год установлено приобретение значительных объемов яиц физическими лицами, не являющимися предпринимателями. Согласно информации Министерства финансов Республики Казахстан (далее – МФ РК) по указанным лицам проведены мероприятия налогового контроля, по итогам которых выставлены уведомления о постановке на учёт в качестве предпринимателей в начале 2023 года.

В рамках законодательства о регулировании торговой деятельности установлены следующие нарушения: в действиях крупных торговых сетей, которые при реализации яиц куриных (СЗПТ) определяют размер предельной 15% торговой надбавки лишь на товар с наименьшей ценой, на остальной аналогичный товар размер надбавки доходит до 30-40%, тем самым произвольно включая товар в категорию не СЗПТ. Также отмечается включение крупными торговыми сетями торгового вознаграждения на социальную продукцию в размере 5 и выше процентов, запрещенная законодательством. В связи с чем, производители при реализации яиц в торговые сети включают в себестоимость производства дополнительные затраты в виде расходов на ретро-бонусы, услуг по продвижению товара *(в адрес уполномоченного органа направлены соответствующие письма).*

По итогам проведенного анализа и выявленных проблем отрасли выработаны следующие предложения для развития рынка:

1. Контроль уполномоченными органами по незаконной предпринимательской деятельности;

2. Обеспечение закупа торговыми сетями куриных яиц напрямую у производителей;

3. Контроль в отношении розничной торговли по превышению торговой надбавки и размера вознаграждения;

4. Внесение изменений в Закон РК «О регулировании торговой деятельности», в части устранения разночтения по торговой надбавке;

5. Развитие отечественного производства упаковочного материала, в целях исключения волатильности цен, связанной в том числе с импортозависимостью упаковочных материалов, и необходимости наличия собственной производственной базы.

Х – данные закрыты ввиду наличия конфиденциальной информации