

**АУДИТОРСКО-КОНСАЛТИНГОВАЯ КОМПАНИЯ ФБК
ИНСТИТУТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

Сколько стоит Россия: 10 лет спустя

РАЗДЕЛ 7

ТОРГОВЛЯ И ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ

Москва, 2014 г.

Авторский коллектив: доктор экономических наук И.А.Николаев (руководитель),
Т.Е. Марченко,
О.С. Точилкина,
С.В. Голотюк (информационное обеспечение)

Авторами также по праву можно считать бывших сотрудников ФБК, которые участвовали в реализации аналогичного проекта 10-летней давности: И.Е. Шульгу, С.А. Артемьеву, А.М. Калинина.

© 2014, ООО «ФБК». Все права защищены. Использование информации без ссылки на источник и указания наименования «ФБК» запрещено.

Содержание

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ	4
<i>Структура отрасли.....</i>	<i>4</i>
<i>Экономические показатели</i>	<i>15</i>
<i>Финансовый результат</i>	<i>17</i>
<i>Состояние фондов</i>	<i>17</i>
<i>Трудовые ресурсы.....</i>	<i>18</i>
<i>Зарубежные сравнения</i>	<i>20</i>
<i>Факторы роста</i>	<i>25</i>
ПОЛИТИКА В ОТРАСЛИ	29
РЕГУЛИРУЮЩАЯ РОЛЬ ГОСУДАРСТВА	29
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ	32
СКОЛЬКО СТОИТ ТОРГОВЛЯ.....	37
ПРИЛОЖЕНИЕ. РАСЧЕТ СТОИМОСТИ	42

Основные показатели

Структура отрасли

В методологическом подходе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД) к определению торговой деятельности произошли определённые изменения по сравнению с Общероссийским классификатором отраслей народного хозяйства (ОКОНХ).

В соответствии с ОКВЭД (вступил в действие с 2003 года) под торговой деятельностью понимается перепродажа ранее приобретенных на стороне товаров для личного, семейного или домашнего потребления (розничная торговля) или профессионального использования (переработки или дальнейшей перепродажи; оптовая торговля). *Продажа продукции собственного производства не является торговой деятельностью, независимо от способа продажи* (например, населению с использованием собственного павильона, автолавки и т.п.). Классификация торговой деятельности осуществляется в зависимости от специализации организации, предпринимателя, осуществляющих оптовую или розничную торговлю.

Структура отрасли «Торговля и общественное питание» (далее – торговля и общественное питание) претерпела изменения: существенно поменялась структура, при этом состав (а, следовательно, и перечень показателей, характеризующих состояние отрасли и публикуемых Росстатом на регулярной основе) изменился незначительно. Если в 2002 г. в неё входили подотрасли «торговля», «общественное питание» и «заготовки», то теперь существует 2 вида экономической деятельности, данные по которым учитывают большинство предприятий, которые раньше бы отнесли к торговле и общественному питанию:

- **Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования**, включающая подвиды деятельности:
 - Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их техническое обслуживание и ремонт;
 - Оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами;

- Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования.
- **Гостиницы и рестораны, включающая:**
 - Деятельность гостиниц и прочих мест временного проживания;
 - Деятельность ресторанов, кафе, баров, столовых и поставку продукции общественного питания.

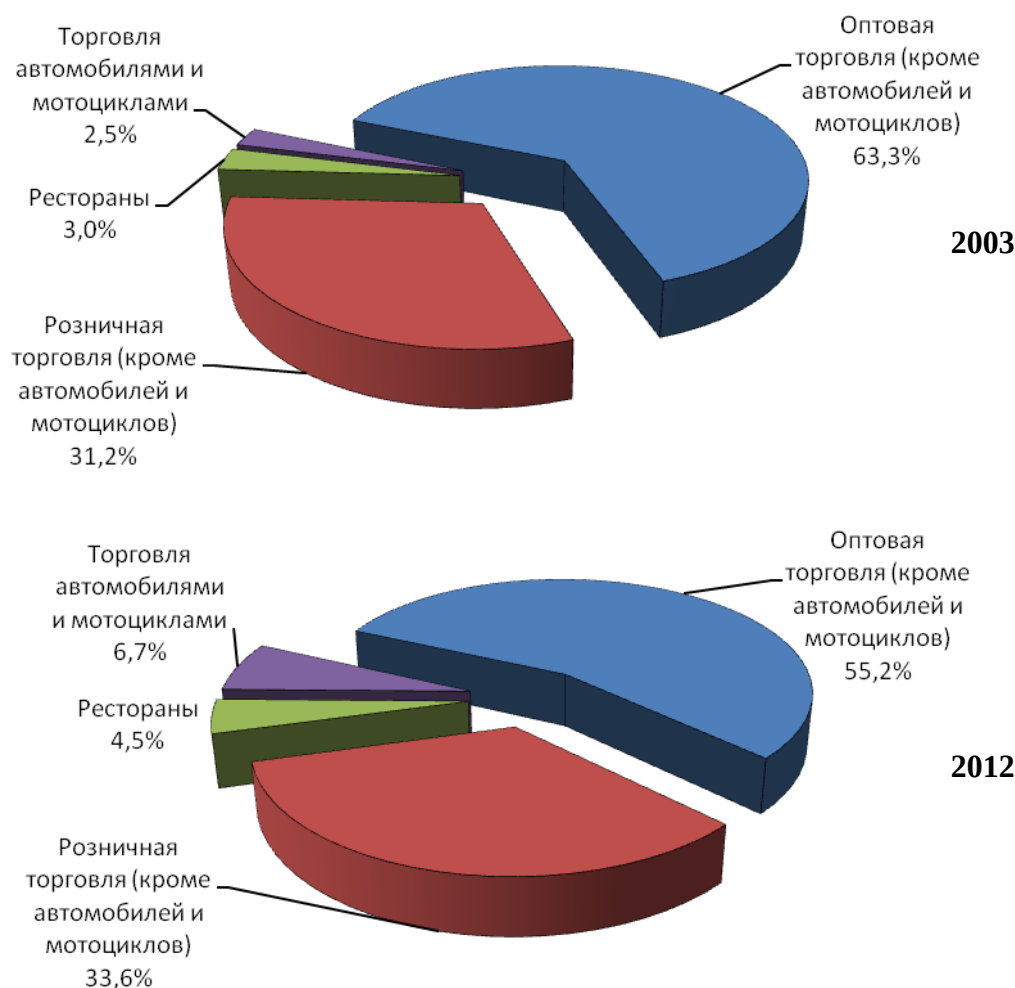
В исследовании, проведённом 10 лет назад, в разделе «Торговля, общественное питание и заготовки» также отдельно рассматривались заготовки. После перехода с ОКОНХ на ОКВЭД подвид деятельности «Заготовки» практически полностью перешёл в подраздел «Оптовая торговля». Деятельность товарных бирж, создающая основную часть ВДС в заготовках, стала относиться к оптовой торговле нефтью, зерном и другим сырьём. Деятельность брокеров и агентств, оказывающих посреднические услуги при купле-продаже продукции сельского хозяйства, теперь учитывается в разделе «Финансовая деятельность». Деятельность элеваторов, складов, перевалочных баз и других сельскохозяйственных помещений для хранения сельхозпродукции теперь учитывается в разделе «Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство». Таким образом, валовая добавленная стоимость (ВДС), создаваемая раньше подотраслью «Заготовки», по большей части осталась в виде деятельности «Оптовая торговля», но в отдельный подраздел теперь Росстатом не выделяется. В целях сравнимости с результатом 10-летней давности никаких дополнительных расчётов проводить нет необходимости.

В то же время в структуре ВДС торговли теперь учитывается ремонт, чего не было в 2002 г., а в ВДС гостиниц и ресторанов учитывается деятельность гостиниц, которая также раньше относилась к другой отрасли (ЖКХ). Во избежание двойного счёта эти изменения будут учтены при расчёте стоимости отрасли.

Основной вклад в создание ВДС отрасли, как и 10 лет назад, вносят розничная и оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами), однако вклад этот со временем уменьшился. Доля оптовой и розничной торговли в ВДС отрасли составила в 2012 г. 88,8%, в то время как в 2003 г. она составляла 94,5% (Рисунок 1). При этом выросла доля ресторанов (с 3% в 2003 г. до 4,5% в 2012 г.) и доля торговли автотранспортными средствами и мотоциклами (с 2,5% до 6,7%).

Рисунок 1

Структура отрасли «Торговля и общественное питание» по создаваемой ВДС в 2003 г. и в 2012 г., %



Примечание. Расчёт величины ВДС в ресторанном бизнесе приведён в разделе «Сколько стоит торговля».

Источник: Росстат

Одно из важных изменений, произошедших за 10 лет – снижение доли ВДС, не наблюдаемой прямыми статистическим методами (т.е. доля теневой экономики). По данным Росстата, в 2002 г. в торговле эта доля составляла 56%, а в гостиничном и ресторанном бизнесе – 37,9%, и это были одни из самых высоких в экономике показателей (в целом в неформальном секторе было 24,6% ВВП). В 2012 г. соответствующие показатели составили всего 12,8% и 15,1% соответственно.

Столь резкое снижение доли теневого сектора в торговле, которое, по оценке Росстата, произошло за последнее десятилетие, вызывает некоторые сомнения. Особенно с учётом того, что, по официальной оценке, в 2012 г. в целом в неформальном секторе было произведено 10,7% ВВП. Такая доля теневого сектора – на уровне около 10% ВВП или чуть ниже – характерна для индустриально развитых стран, к коим Россия пока не относится.

Также стоит отметить, что рост физического объёма ВДС в торговле в 2003-2012 гг. составил 203,7%, что является самым высоким показателем по экономике после финансовой деятельности, выросшей в 4,4 раза. ВВП за это время вырос на 57%.

Торговля

Торговля ещё в 90-е гг. стала наиболее либерализованной отраслью российской экономики. Доля государственных торговых организаций в обороте розничной торговли, составлявшая в 2002 г. всего 3,5%, уменьшилась за 10 лет ещё на 2,5 п.п. и составила 1%. В обороте оптовой торговли она снизилась с 3,1% в 2002 г. до 0,3%.

В торговле и общественном питании преобладают малые предприятия, при этом доля их оборота относительно невелика (Таблица 1). За прошедшее десятилетие доля малых предприятий в обороте общественного питания выросла почти втрое. В розничной торговле рост был не столь значителен – на 35,9%, а в оптовой торговле она, напротив, снизилась на 26,5%. Опережающие темпы роста доли малых предприятий в обороте торговли и общественного питания по сравнению с темпами роста их доли в общем числе организаций говорит о росте «эффективности» малых предприятий торговли и общественного питания.

Таблица 1

Организации торговли и общественного питания

	Число организаций на начало года, тыс.		Доля малых предприятий в общем числе организаций, %		Доля малых предприятий в обороте, %	
	2003	2013	2003	2012	2003	2012
Розничная торговля	138,8	262,7*	82,6	76,1*	18,4	25
Оптовая торговля	308,9	700,0*	92,4	63,6*	38,9	28,6
Общественное питание	16,1	61,1	77,0	75,3	13,4	38,5

* без учёта организаций, осуществляющих торговлю автотранспортными средствами и мотоциклами, их техническое обслуживание и ремонт

Источник: Росстат

Как и десять лет назад, обращает на себя внимание тот факт, что количество организаций оптовой торговли значительно превосходит количество предприятий розничной торговли. Причём здесь надо помнить о принципиальном отличии организаций оптовой торговли от организаций розничной торговли: они занимаются, прежде всего, продажей в целях не личного потребления, а дальнейшей перепродажи.

Так вот, если в 2003 году количество таких перепродавцов составило 308,9 тыс., что превышало число организаций розничной торговли в 2,2 раза (138,8 тыс.), то в 2013 году это соотношение увеличилось до 2,7 раза (700 тыс. организаций по сравнению с 262,7 тыс. организаций розничной торговли). Получается, что чистых перепродавцов за прошедшее десятилетие стало в торговле заметно больше.

Масштабы российской торговли (особенно оптовой) были значительными 10 лет назад и продолжают оставаться таковыми сейчас (Таблица 2). Об общественном питании такого сказать пока нельзя.

Таблица 2

Объем оборота торговли и общественного питания в 2003, 2012 и 2013 гг.

	2003	2012	2013
Оборот оптовой торговли, трлн. руб.	7,2	42,9	45,2
Оборот розничной торговли, трлн. руб.	4,5	21,4	23,7
Оборот общественного питания, трлн. руб.	0,2	1,0	1,1

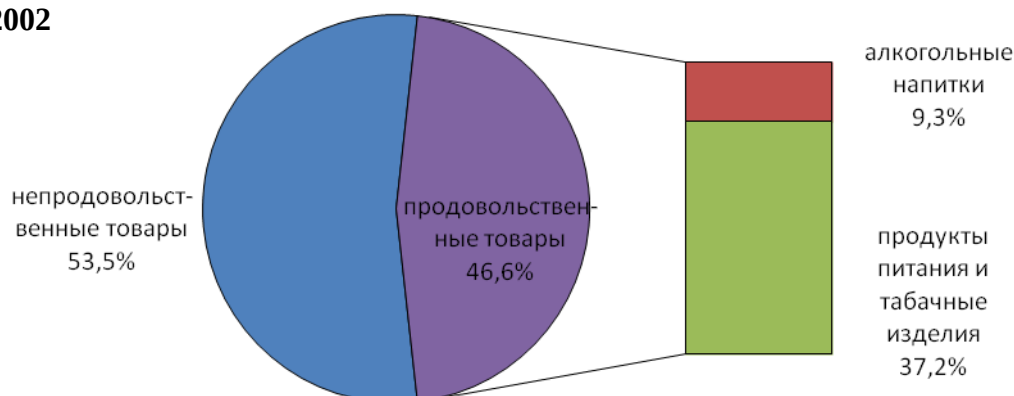
Источник: Росстат

Структура розничной торговли на протяжении последних 10 лет поменялась незначительно (Рисунок 2).

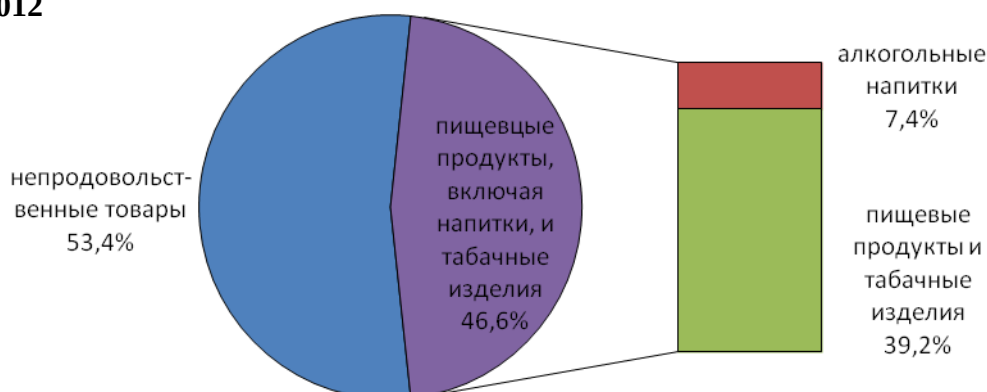
Рисунок 2

Структура розничной торговли в 2002 г. и в 2012 г., %

2002



2012



Источник: Росстат

Соотношение продовольственных и непродовольственных товаров осталось практически неизменным. При этом, если с середины 90-х до 2002 г. доля алкогольных напитков в обороте повышалась (максимум пришёлся на 2002-2003 гг. и составил 10,4% оборота розничной торговли), то затем началось постепенное её снижение. Уровень 2012 г. (7,6% оборота розничной торговли) можно назвать историческим минимумом. Однако это не означает, что россияне стали меньше пить: общероссийское потребление алкоголя в 2012 г. (131,1 млн. дкл) превышает потребление в 2002 г. (125,2 млн. дкл) на 4,7%, а показатель годового потребления на душу населения вырос на 5,7% - с 8,7 л до 9,2 л на душу населения. Снижение доли алкогольных напитков в обороте розничной торговли означает то, что

россияне за последние 10 лет относительно больше стали покупать других товаров.

Анализ структуры розничной торговли продовольственными товарами выявляет снижение доли по большинству указанным Росстатом товарным позициям (мясо и птица – на 2,4%, алкоголь – на 1,9%, рыба и морепродукты – на 0,5%, сыры – на 0,6% и т.д.). Выросла доля оборота только по четырём группам товаров: мясные консервы, свежие фрукты, крупы и кондитерские изделия (суммарно их доля выросла на 0,6%), что не компенсирует сокращение по остальным товарным группам. Доля продовольственных товаров так мало изменилась за счёт того, что возросла доля оборота по продовольственным товарам, не включаемым ни в одну из группировок Росстата (т.е. «прочие» продовольственные товары). Если в 2002 г. их доля составляла 4% от розничного товарооборота, то в 2012 г. она составила уже 11,2%.

За прошедшие 10 лет в России появились новые виды торговых точек (в добавление к привычным супермаркетам, минимаркетам, киоскам, павильонам, традиционным магазинам, а также рынкам). Выделяют следующие виды новых для России торговых точек розничной торговли:

- Гипермаркеты – универсальные магазины торговой площадью от 2500 кв. м;
- Дискаунтеры – розничные продовольственные магазины площадью от 300 до 1500 кв. м., представляющие собой сокращенный вариант супермаркета как с точки зрения размещения самого объекта, так и применительно к его ассортименту;
- Магазины АЗС;
- Торговые центры.

В отдельную категорию выделяются интернет-магазины (см. врезку).

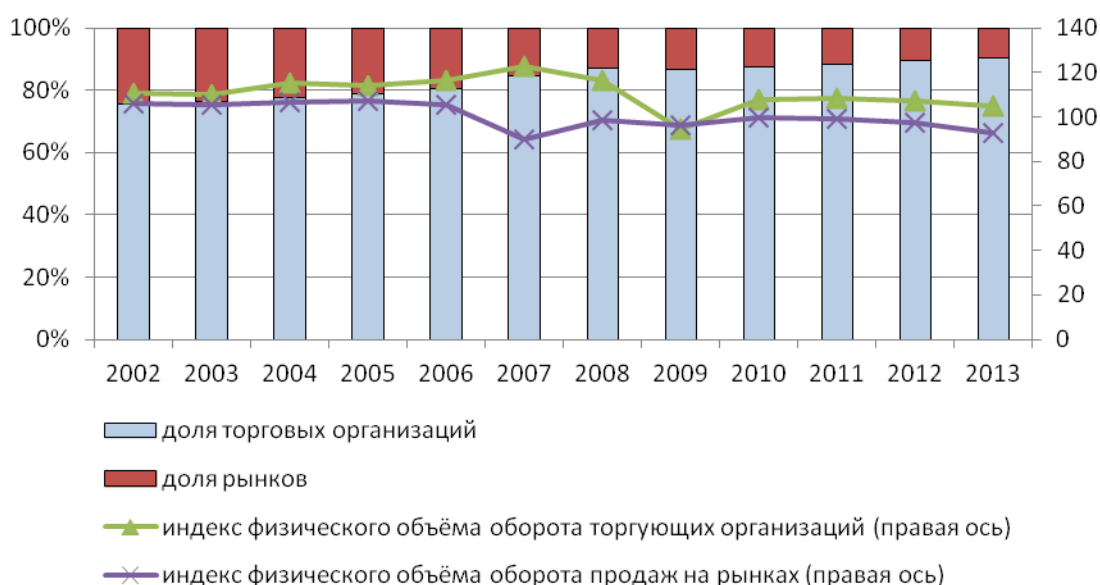
По оценкам агентства Data Insight, рынок интернет-торговли России в 2012 г. вырос на 23–25%. За первое полугодие 2013 года объём рынка составил 160 млрд руб., исключая покупку музыки, фильмов и билетов. В 2013 г., по оценкам агентства, рост должен был составить 29%. Объём трансграничных В2С-покупок через интернет ожидается на уровне 100 млрд руб. в 2013 г. Трансграничные покупки совершают около 4 млн человек, а в среднем на каждого покупателя приходится четыре покупки в год за рубежом.

По оценкам Национальной ассоциации дистанционной торговли, в России на каждого жителя приходится 0,7 интернет-покупки в год, в то время как в США этот показатель составляет 20, в Китае — 3,5. По числу интернет-покупок, совершаемых на душу населения, Россия проигрывает, в том числе, Украине, в которой в год совершается в среднем 1.25 покупки на каждого человека.

В течение 2002-2012 гг. доля товаров, продаваемых через рынки, неуклонно сокращалась (Рисунок 3). За 2003-2012 гг. оборот торговли на рынках вырос всего на 4,4%, в то время как в торгующих организациях оборот вырос в 2,9 раза. Этому способствовало как развитие современных форм торговли (гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры, интернет-торговля непродовольственными товарами), так и некоторый рост благосостояния населения. Разрыв уровней цен и качества между продовольственными товарами с рынка и товарами из магазина вследствие конкуренции между ними постепенно сокращается. В то же время магазины, как правило, дают возможность осуществлять покупки с большим комфортом, и всё большее число людей готовы переплачивать за комфорт, особенно в крупных городах.

Рисунок 3

Динамика оборота розничной торговли типам торговых точек в 2002-2013 гг., %



Источник: Росстат

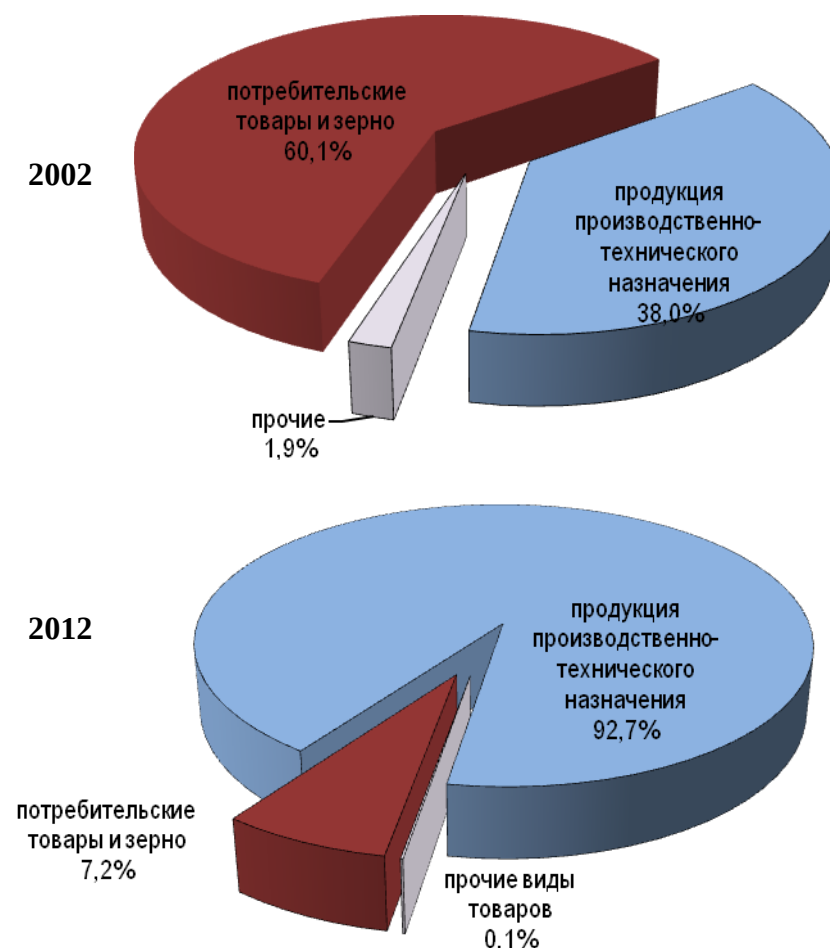
Оборот оптовой торговли в 2 раза превышает оборот розничной торговли. Оптовая торговля может быть организована через товарно-сырьевые биржи, промышленные организации либо организации оптовой торговли. На последние приходится около 80% оборота оптовой торговли. Торговля продукцией производственно-технического назначения обеспечивает 16,5% оборота, потребительскими товарами – 83,5%.

Товарные биржи

Оборот торговли на товарных биржах вырос за 10 лет почти в 30 раз – с 11,6 млрд. руб. в 2002 г. до 335,3 млрд. руб. в 2012 г. Это произошло за счёт того, что на биржах стали активно торговаться нефть и нефтепродукты. Если в 2002 г. в структуре товаров, торгуемых на российских товарных биржах, преобладали потребительские товары (Рисунок 4), то в 2011-2012 гг. основной торгуемой продукцией (более 90%) являлись нефть и нефтепродукты, относимые Росстатом к продукции производственно-технического назначения. При этом число товарных бирж сократилось с 40 (на начало 2003 г.) до 17 (на начало 2012 г.).

Рисунок 4

Структура оборота товарных бирж России в 2002 г. и в 2012 г., %



Источник: Росстат

Общественное питание

По сравнению с торговлей, общественное питание имеет значительно меньшие масштабы, однако за 10 лет общепит совершил большой шаг вперёд как в количественном, так и в качественном выражении. Оборот этой подотрасли вырос в номинальном выражении в 6,7 раз (в 2002 г. он составил 152,6 млрд. руб., в 2012 г. - 1019,3 млрд. руб.). Число организаций общественного питания выросло в 3,8 раз: если на начало 2003 г. оно составило 16,1 тыс., то на начало 2013 г. — уже 61,1 тыс. Сети общественного питания крупных городов начали распространяться в регионы и, напротив, региональные сети приходят в крупные города. Ресторанный бизнес вышел на фондовый рынок (первопроходцем являлась компания «Росинтер», совершившая IPO летом 2007 г.). Цены на услуги общественного питания росли невысокими темпами относительно других статей расходов россиян. Это неудивительно, потому что с ростом числа организаций конкуренция в данной подотрасли явно усилилась. Однако, несмотря на рост числа организаций общепита, россияне по-прежнему предпочитают питаться дома. Доля расходов россиян на питание вне дома выросла за 2003-2011 гг. на 1,4 п.п. — с 3% до 4,4%. Для сравнения, в странах Евросоюза эта доля уменьшилась с 7,2% в 2002 г. до 6,9% в 2012 г. (в 2012 г. она составила в Испании — 14,9%, Ирландии — 11,8%, Франции — 5,4%, Германии — 4,9%, Нидерландах — 4,4%, Польше — 2,1%, Сербии — 1,7%).

Потенциал ресторанного рынка в России велик: в США одна точка питания приходится на 150 человек, в Европе — на 300, а в России — на 2000 человек.

На 100 тыс. москвичей приходится 4 кофейни, в то время как в Нью-Йорке этот показатель равен 27. По количеству подобных заведений на душу населения даже самые крупные российские города в среднем в 10 раз отстают от аналогичных показателей западных мегаполисов.

Доля малых предприятий в общем числе организаций несколько сократилась — с 77% на начало 2003 г. до 75,3% на начало 2013 г. Их доля в обороте всех предприятий общественного питания выросла в 2,9 раза - с 13,4% в 2002 г. до 38,5% в 2012 г.

Среди предприятий общественного питания выделяют 10 основных типов¹: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, предприятие быстрого

¹ В соответствии с ГОСТ Р 50762-2007 «Классификация предприятий общественного питания», введённым с 1.01.2009 г. (Утвержден Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 27 декабря 2007 г. N 475-ст) вместо ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий». Старый ГОСТ

обслуживания, буфет, кафетерий, кофейня, магазин кулинарии. При этом спектр предприятий, оказывающих услуги общественного питания, значительно шире²:

- предприятия, организующие производство продукции общественного питания (заготовочные фабрики, цеха по производству полуфабрикатов и кулинарных изделий, специализированные кулинарные цеха, предприятия (цеха) бортового питания и др.) с возможностью доставки потребителям;
- предприятия, организующие производство, реализацию продукции общественного питания и обслуживание потребителей с потреблением на месте и на вынос (вывоз) с возможностью доставки (рестораны, кафе, бары, закусочные, столовые, предприятия быстрого обслуживания, кофейни);
- предприятия, организующие реализацию продукции общественного питания (с возможным потреблением на месте) (магазины кулинарии, буфеты, кафетерии, предприятия мелкорозничной торговой сети);
- предприятия выездного обслуживания (кейтеринг);
- предприятия, организующие доставку и обслуживание потребителей в номерах гостиниц и других средствах размещения.

Основной формой развития общественного питания является франчайзинг. Почти весь сетевой фастфуд в России (который составляет 16,5%³ от российского рынка общепита) – это результат франчайзинга. Формирование российских и иностранных сетей фаст-фуда начинается с Москвы. В Москве находится около 40% сетевых заведений общественного питания. Всего же в России на конец 1 кв. 2011 г. действовало 344 сети заведений общепита с 6379 точками⁴.

предусматривал лишь 5 типов предприятий: ресторан, бар, закусочная, столовая, кафе, что совершенно не отражало всё многообразие заведений общественного питания, функционирующих на территории России.

² Там же.

³ По данным Intesco Research Group.

⁴ Данные Discovery Research Group.

В январе 1990 года в Москве на ул. Горького открылся первый «Макдональдс» с пятичасовой очередью на входе. С тех пор российский рынок общественного питания демонстрирует непрерывный рост без перерывов на обед и кризис – как по объему оборота, так и по количеству участников. Показательна судьба упомянутого ресторана в Москве – в 2012 году он признан рестораном №1 в мире по количеству заказов. 28 российских ресторанов вошли в первую сотню ресторанов «Макдоналдс» во всем мире по посещаемости. Россия входит в десятку наиболее успешных рынков из 118 стран присутствия компании.

Всего в России McDonald's держит более 420 ресторанов в более чем 85 городах, которые обслуживают более 950 тыс. посетителей ежедневно. В 2012 году в РФ открылись 46 новых предприятий, к концу 2015 ожидается открытие ещё 150 (а это, кстати, 15 тыс. новых рабочих мест). Сейчас у компании более 130 отечественных предприятий-поставщиков.

Регионы по насыщенности общепитом чрезвычайно разнятся. В соответствующем рейтинге городов, составленном фирмой 2ГИС, подсчитано число кафе на 100 тыс. жителей. Рекордсменом по этому показателю оказался Горно-Алтайск, самый маленький центр субъекта федерации (Республики Алтай). В нём 55 тыс. горожан обслуживают более 60 кафе. Второе место в рейтинге принадлежит Сочи с 280 точками общепита – по 83 на каждые 100 тыс. жителей. Замыкает лидерскую тройку Улан-Удэ: свыше 190 кафе – по 56 на 100 тыс. жителей. Далее следуют Нижний Новгород, Казань, Рязань, Иркутск, Владивосток, Астрахань, Пермь. Анализ рейтинга показывает, что наиболее обеспечены кафе туристические города, а также города, в которых проходят крупнейшие транспортные артерии России.

Экономические показатели

ВДС, произведенная в торговле и общественном питании, выросла в номинальном выражении с 2,2 трлн. руб. в 2002 г. до 10,4 трлн. руб.⁵, что составило 19,7% всей ВДС в 2012 г. Вклад отрасли в создание ВВП России сопоставим со вкладом промышленности. В среднем, за последние 10 лет доля торговли и общественного питания в ВВП страны составила 21%.

Средние темпы роста ВДС отрасли за 2009-2012 гг. невысоки по сравнению с другими отраслями и составляют 101,7%. Наибольшие темпы роста (114,1%) наблюдались в 2006 г. В 2012 г. ВДС торговли приросла на 3,8%. По итогам 2013 г. все без исключения ритейлеры (сети розничной торговли),

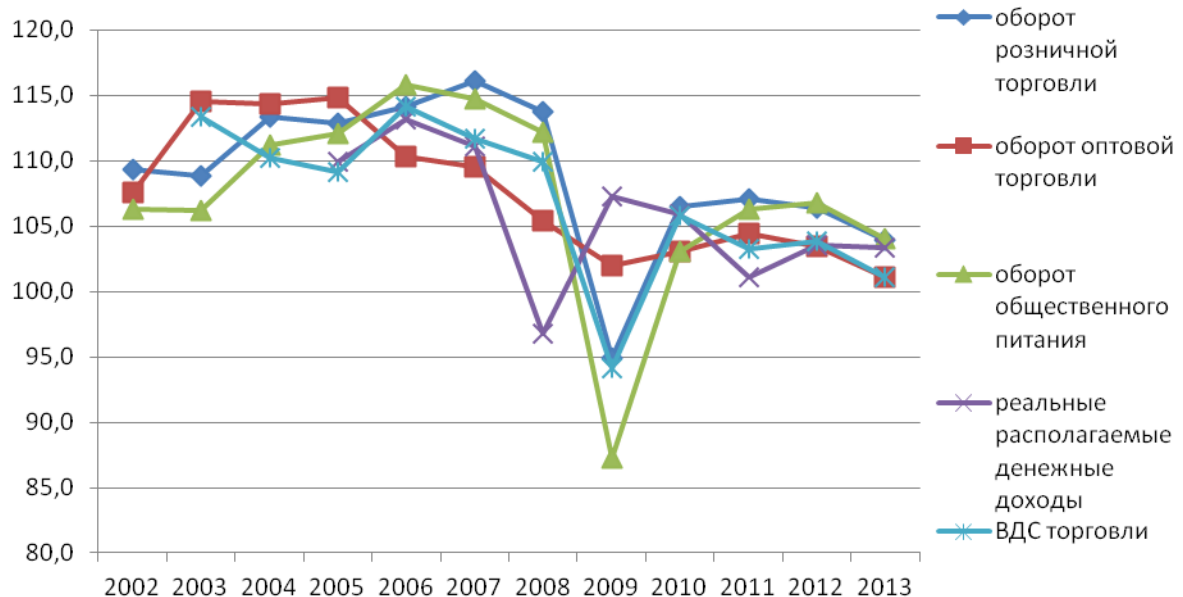
⁵ Включая ВДС по оптовой, розничной торговле, торговле и ремонту автотранспортными средствами и мотоциклами, а также деятельности гостиниц и ресторанов.

которые высказывались на этот счёт, отметили сокращение масштабов покупок (сокращение ассортимента, средней стоимости чека, сокращение выручки).

В начале 2000-х гг. ВДС торговли и общественного питания демонстрировала более впечатляющий рост, нежели в настоящее время. Замедление роста ВДС после «первой» волны мирового экономического кризиса объясняется замедлением оборота вследствие замедления роста реальных денежных доходов населения⁶. Явное замедление, практически, обнуление роста российской экономики, произошедшее к началу 2014 года, не позволяет прогнозировать разворот в тенденции к замедлению роста реальных денежных доходов населения. Следовательно, и рост торговли будет замедляться.

Рисунок 5

Динамика оборота розничной и оптовой торговли и общественного питания, %



Источник: Росстат

⁶ Ритейлеры отмечают учащение случаев потребительского терроризма по всем регионам России (скандал, отказ платить за качественный товар или услугу, требование скидок, сопровождающиеся угрозами в адрес продавца), что косвенно свидетельствует о маргинализации потребителей вследствие сокращения доходов а, значит, снижении покупательской способности россиян.

Финансовый результат

Сальдированный финансовый результат работы организаций оптовой и розничной торговли в 2002 г. составил 176,6 млрд. руб., в 2012 г. – 1,9 трлн. руб. Доля убыточных предприятий торговли в общем числе организаций в 2012 г. составила 21,5%, тогда как в 2003 г. этот показатель равнялся 31,6%, а в 2002 г. удельный вес убыточных предприятий торговли и общественного питания составлял 30,5%.

Сальдированный финансовый результат работы организаций общественного питания в 2002 г. составил 2 млрд. руб., в 2012 г. – 12 млрд. руб. (вид деятельности «Гостиницы и рестораны», деятельность ресторанов обеспечивает около 90% оборота по данному виду деятельности).

Тенденция снижения рентабельности продукции в торговле и общественном питании, обозначившаяся в начале 2000-х гг., продолжилась. Если в 2000 г. рентабельность продукции составляла 18,5%, а в 2002 г. 8,9%, то в 2012 г. она составила уже 6,7%. Тенденция падения рентабельности при росте оборота отрасли наблюдается с 2002 г.

Состояние фондов

Суммарный объем основных фондов торговли и общественного питания на 1 января 2003 г. в стоимостном выражении составлял 429,2 млрд руб., за 10 лет он вырос в номинальном выражении более чем в 34(!) раза и составил на 1 января 2013 г. 14,6 трлн. руб. в торговле и 176,5 млрд. руб. в общественном питании и гостиничном бизнесе. Доля торговли, ресторанов и гостиниц в общем объеме основных фондов в экономике выросла в 13,8 раз – с 1,7% в 2002 г. до 23,4% в 2012 г. Значительный рост этого показателя за 10 лет обусловлен переходом с ОКОНХ на ОКВЭД и резким ростом фондов в 2004 г. Однако и рост объема основных фондов в 2005-2013 гг. в 2,5 раза впечатляет.

Коэффициент обновления основных фондов в торговле и общественном питании составлял в 2002 г. 3,8%, при этом динамика объема основных фондов была скромной. Спустя 10 лет, в 2012 г., коэффициент обновления в торговле составил 6,3%, в гостиничном и ресторанном бизнесе – 3,5%.

Уровень износа основных фондов у предприятий торговли и общественного питания в 2002 г. составлял 27,7% (он был одним из самых низких по

экономике в целом), а в 2012 г. вырос до 61,8%⁷ (самый высокий). Уровень износа основных фондов в гостиничном и ресторанном бизнесе – напротив, самый низкий – 29,3%, но из-за того, что доля этого вида деятельности в объеме основных фондов торговли и общественного питания, мала, его уровень износа не оказывает значительного влияния на отрасль в целом.

В 2002 г. было введено 773,6 тыс. м² торговых площадей, в 2012 г. – 2379,8 тыс. м². Доля нового строительства во вводимых торговых площадях выросла с 73% в 2002 г. до 89% в 2012 г. Одной из причин столь высокой доли нового строительства являются часто меняющиеся требования к качеству, оборудованности, внешнему виду торговых точек. Особенно это заметно в крупных городах, в которых внешний вид ларьков и киосков меняется с завидной регулярностью.

Торговые площади магазинов и павильонов расширились за 2003 – 2012 гг. в 7,8 раз – с 11554,8 тыс. м² на начало 2003 г. до 90444,2 тыс. м² на начало 2013 г. Число палаток и киосков выросло за тот же период в 2,2 раза – с 52,3 тыс. до 113,5 тыс., число АЗС – в 7,7 раз, с 3,2 тыс. до 24,6 тыс.

Трудовые ресурсы

В 2002 г. среднесписочная численность занятых в торговле и общественном питании составляла 10,8 млн. чел. (16,6% всех занятых в экономике). В 2012 г. среднесписочная численность занятых в торговле⁸ выросла до 12,3 млн. чел.⁹, в гостиничном и ресторанном бизнесе – до 1,3 млн. человек. Доля занятых в торговле, гостиничном и ресторанном бизнесе составила в 2012 г. 19,9% всех занятых в экономике. Женщины составляют большинство работников отрасли. Их доля среди работников торговли и общественного питания изменилась незначительно. В 2002 г. она составляла 62%, в 2012 г. 61,6% в предприятиях торговли и 77% в гостиницах и ресторанах.

⁷ Без малых предприятий. По всем предприятиям торговли износ составил 39,8%, гостиниц и ресторанов – 42,5%.

⁸ Росстат публикует данные по совокупной численности занятых в оптовой и розничной торговле; ремонте автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования. Данных по численности занятых в ресторанном бизнесе Росстат не публикует. Рост совокупной численности занятых в торговле, гостиницах и ресторанах составил около 23% (11 млн. чел. в 2002 г., 13,5 млн. чел. в 2012 г.).

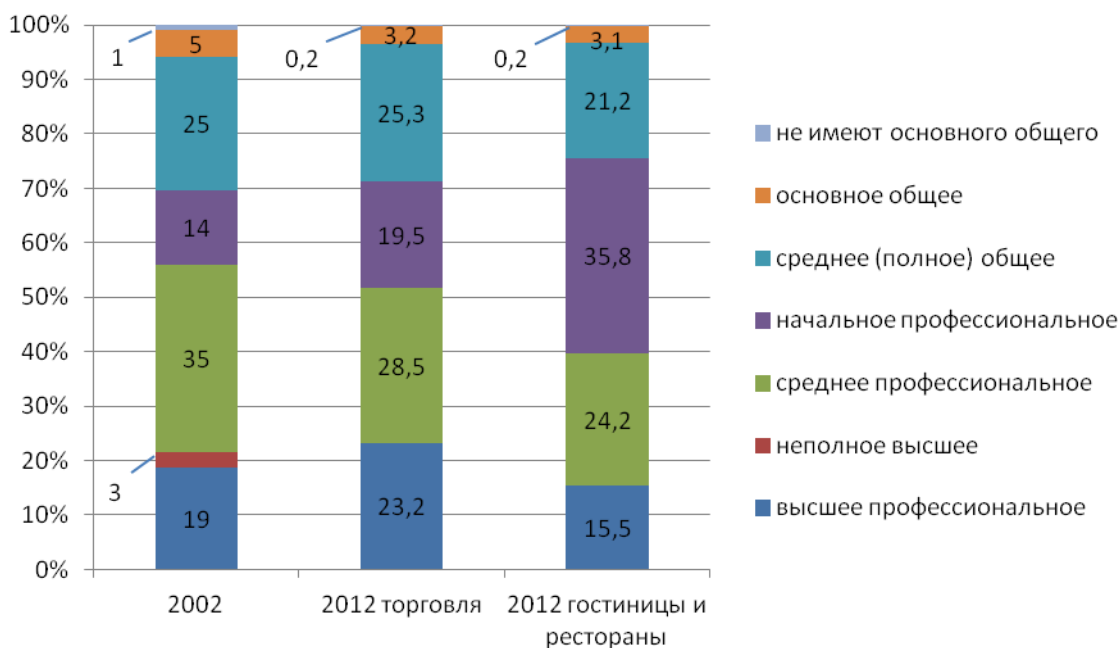
⁹ По данным Росстата, без субъектов малого предпринимательства. Учитывая значимую роль малых предприятий в торговле, реальная численность занятых гораздо выше.

Торговля занимает второе место по доле иностранных работников (после строительства), при этом в 2002 г. она занимала только 5-е место. Если в 2002 г. доля работников торговли составляла 10,4% всех иностранных работников (в отрасли официально работало 37,3 тыс. мигрантов), то в 2010 г. (последние доступные данные) она составила уже 16,6%. Официально в торговле число иностранных работников выросло в 7,3 раза к 2010 г. и составило 272,1 тыс. человек. При этом число нелегальных мигрантов, работающих в торговле, превышает официальные оценки в разы.

В 2012 г., как и в 2002 г., большинство занятых в отрасли имело профессиональное образование (Рисунок 6), при этом доля работников торговли с высшим образованием явно возросла.

Рисунок 6

Распределение занятых в торговле и общественном питании по уровню образования в 2002 г. и в 2012 г., %



Источник: Росстат

Уровень заработной платы в октябре 2013 г. в торговле составлял 23,9 тыс. руб., т.е. 79,3% среднего по стране, в общественном питании и гостиницах – соответственно 18,6 тыс. руб. и 61,9%, За 10 лет ситуация с зарплатой улучшилась: в 2002 г. зарплата в торговле и общественном питании составляла 59% среднего по стране, т.е. 3 548 руб. в месяц. Следует

отметить, что рост обусловлен не только повышением уровня оплаты труда, но и уменьшением теневого сектора и выплат зарплат «в конверте».

Зарубежные сравнения

Торговля, общественное питание и гостиничный бизнес создают 16,7% ВВП России и 19,7% всей ВДС российской экономики. Хотя этот показатель и снизился в 2002-2012 гг. (в 2002 г. торговля и общественное питание составляли 23,8% всей ВДС), тем не менее, он остаётся ещё очень высоким по сравнению с развитыми странами. Для сравнения, в развитых европейских странах вклад этой отрасли в создание ВВП остаётся скромнее (8-15%), хотя разрыв между ними и Россией сократился (Таблица 3). Россия остаётся «торговой» страной, хотя и в относительно меньшей степени, чем 10 лет назад. Данный перекося объясняется, как и раньше, тем, что число организаций оптовой торговли значительно, и, это специально отмечалось выше, в 2,7 раза превышает число розничных продавцов. Соотношение ВДС оптовой и розничной торговли, хотя и снизилось, всё ещё остаётся чрезвычайно высоким (1,67 раза) по сравнению с большинством зарубежных стран (Таблица 4).

Таблица 3

Доля ВДС торговли, ресторанов и гостиниц в общей добавленной стоимости европейских стран и России в 2002 г. и в 2012 г., %

Страна	2002	2012
Румыния	11,3	7,0
Норвегия	10,5	8,6
Германия	12,0	10,8
Венгрия	12,4	11,4
Финляндия	11,5	12,0
Чехия	15,1	13,2
Болгария	11,5	13,3
Люксембург	12,1	13,4
Франция	13,9	13,6
Эстония	15,5	14,0
Бельгия	13,9	14,1
Нидерланды	15,8	14,2
Словения	14,0	14,4
Италия	15,9	15,0
Мальта	19,3	15,4
Словакия	14,1	16,8

Страна	2002	2012
Австрия	17,4	17,6
Латвия	19,2	17,9
Кипр	21,0	18,8
Россия	23,8	19,7
Литва	19,3	19,9
Испания	18,9	20,0
Польша	20,9	20,2

Источник: Евростат, Росстат, расчёты ФБК

Таблица 4

Соотношение ВДС оптовой и розничной торговли в России и европейских странах в 2002 и 2012 гг., раз.

Страна	2002	2012
Румыния	1,38	0,75
Кипр	0,93	0,96
Словения	1,06	1,05
Финляндия	1,38	1,12
Мальта	1,08	1,14
Болгария	0,92	1,23
Австрия	1,38	1,27
Венгрия	1,20	1,31
Франция	1,17	1,31
Чехия	1,29	1,35
Словакия	1,08	1,35
Эстония	1,45	1,43
Россия	2,03*	1,64
Люксембург	1,18	1,97
Нидерланды	1,89	3,05

*данные за 2003 г.

Источник: Росстат, Евростат, расчёты ФБК

Торговля и общественное питание имеют высокие показатели оборачиваемости капитала. В условиях дефицита длинных денег в российской экономике наличие отрасли, которая может давать отдачу уже через пару лет, привлекает инвесторов, стремящихся минимизировать риски. Согласно рейтингу компании AT Kearney за 2010 год, Россия входит в десятку стран с наиболее инвестиционно привлекательным сектором торговли.

Этим объясняется высокая заинтересованность международных розничных сетей в российском рынке. Часть из них, такие как продовольственные сети Ашан (Auchan), Метро (Metro), сети магазинов для дома Леруа Мерлен (Leroy Merlin), Оби (OBI), Кика (Kika), Икея (Ikea), Касторама (Castorama) и другие, уже вышли на российский рынок и планируют продолжать активное развитие.

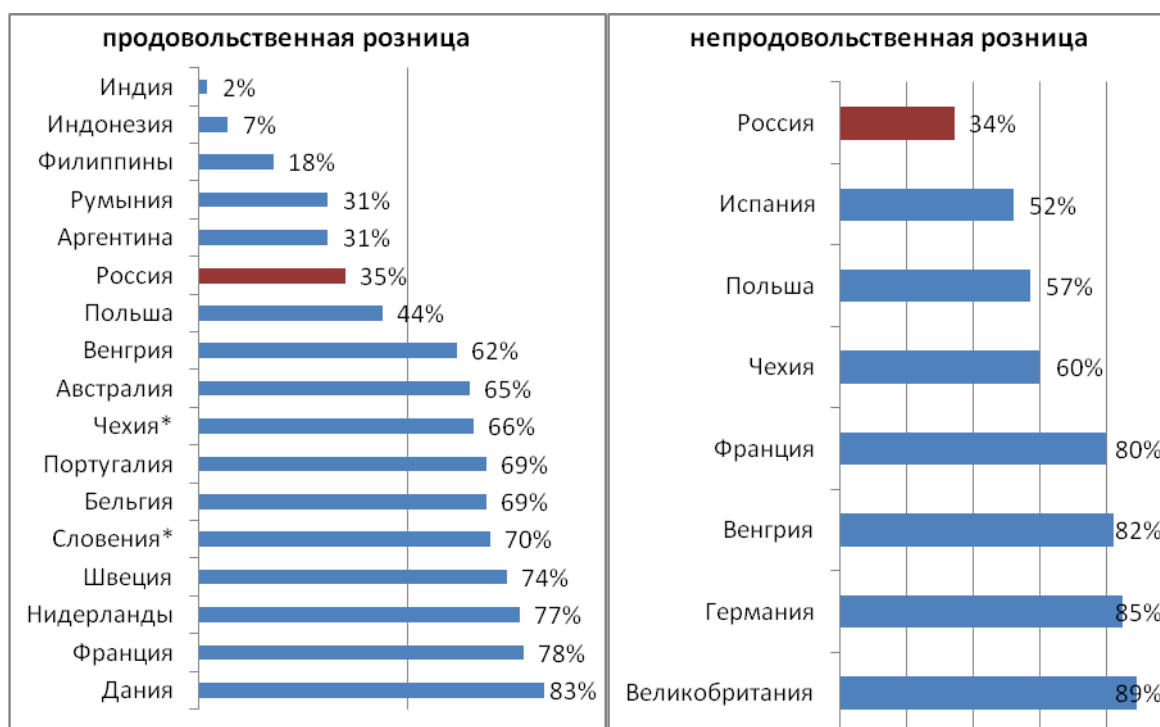
Иностранные сети обычно более эффективны, чем местные игроки. Их приход ведет к увеличению конкуренции и распространению современных стандартов работы. Например, выручка с квадратного метра торговой площади российских гипермаркетов Лента составляет 220 тыс. руб., а гипермаркетов французской сети Ашан - 400 тыс. руб., немецких гипермаркетов Метро – 285 тыс. руб. на м кв.

Учитывая то, что доля современных форматов торговли¹⁰ в России находится на уровне развивающихся стран (Рисунок 7), здесь также есть определённые перспективы для развития.

¹⁰ Современный формат магазина – магазин самообслуживания, предлагающий широкий ассортимент, площадью более 400 кв.м., имеющий один или более прилавков свежей продукции и предлагающий дополнительные сервисы для покупателей на своей территории (банкомат, парковка, кафе, туалеты, аптеки, пункты по печати фотографий и др.). В мировой практике к современным форматам относят: гипермаркеты, супермаркеты, магазины «Кэш & Керри», дискаунтеры.

Рисунок 7

Доля современных форматов торговли в обороте продовольственной и непродовольственной розницей в 2008 г., %



* оценка нижней границы доли современных форматов торговли; в реальности доля несколько больше.

Источник: Стратегия развития торговли России в 2011-2015 гг. и на период до 2020 г.

Темпы роста оборота торговли в России продолжают отставать от стран СНГ, но опережают показатели большинства развитых стран (Таблица 5).

Таблица 5

Темпы роста оборота розничной торговли в 2003 - 2012 гг., %

Страна	2003	2012	2003-2012	Средний за 2003-2012
Россия	109	106	239,8	109,1
Европа				
Австрия	99	99,5	107,8	100,8
Беларусь	110	114	357,8	113,6
Великобритания	103	102	127,8	102,5
Венгрия	109	98	108,4	100,8

Страна	2003	2012	2003- 2012	Средний за 2003-2012
Германия	99,5	100	94,8	99,5
Греция	104	88	82,9	98,1
Дания	104	98	106,5	100,6
Ирландия	101	99	98,2	99,8
Италия	99,2	96	88,7	98,8
Нидерланды	96	97	91,3	99,1
Польша	108	99	158,2	104,7
Республика Молдова	118	100,8	1,6	105,4
Украина	120	115	406,8	115,1
Финляндия	104	101	131,4	102,8
Франция	101	101	121,2	101,9
Швеция	105	102	146,2	103,9
Азия				
Азербайджан	111	110	309,9	112,0
Армения	115	102	188,6	106,5
Казахстан	110	113	281,8	110,9
Киргизия	111	111	257,3	109,9
Республика Корея	98	102	131,3	102,8
Таджикистан	125	116	334,6	112,8
Узбекистан	105	114	338,2	113,0
Япония	99	102	102,1	100,2
Америка				
Канада	103	102	138,1	103,3
Мексика	103	104	126,4	102,4
США	105	103	120,7	101,9
Австралия и Океания				
Австралия	106	103	138,2	103,3
Новая Зеландия	106	104	122,5	102,3

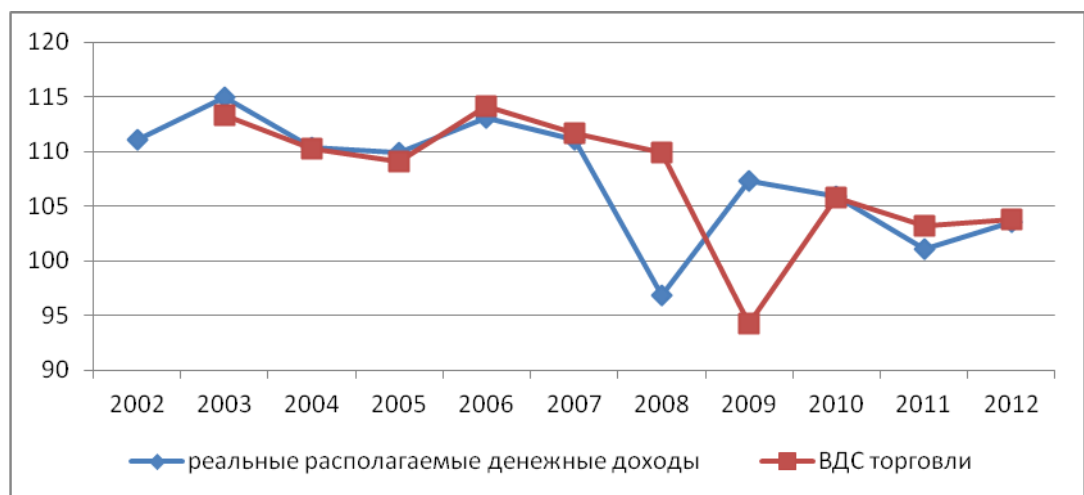
Источник: Росстат

Факторы роста

Основным фактором развития торговли и общественного питания является рост платежеспособного спроса. В последние три года снижение темпов роста оборота отрасли объясняется снижением динамики платежеспособного спроса (Рисунок 8).

Рисунок 8

Динамика ВДС в торговле и общественном питании и динамика реальных денежных доходов населения, % к предыдущему году



Источник: Росстат

Основной причиной отсутствия однозначной корреляции между темпами роста ВДС в торговле и общественном питании и динамикой реальных денежных доходов (в 2008-2009 гг.) является изменение соотношения накопления и потребления в структуре доходов при их падении (Таблица 6).

Таблица 6

Структура использования денежных доходов населения и темпы роста ВДС в торговле и общественном питании, %

	2002*	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Темпы роста ВДС в оптовой и розничной торговле, % к предыдущему периоду	108,1	113,3	110,2	109,1	114,1	111,7	109,9	94,2	105,8	103,2	103,8
Темпы роста ВДС в гостиницах и ресторанах, % к предыдущему периоду	н.д.	101,6	105,7	109,3	107,9	113,6	110,1	85,1	106,5	106,6	103,8

	2002*	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Темпы роста реальных располагаемых денежных доходов населения, % к предыдущему году	111,1	115	110,4	109,9	113,1	111,1	96,8	107,3	105,9	101,1	103,5
Доля расходов на покупку товаров и оплату услуг, %	73,2	69,1	69,9	69,5	69,0	69,6	74,1	69,8	69,6	73,5	74,0
Доля сбережений, %	10,9	12,7	11,0	10,4	10,3	9,6	5,3	13,9	14,8	10,4	10,0

* за 2002 г. приведены данные по темпам роста ВДС в торговле и общественном питании

Источник: Росстат

В период значительного падения реальных денежных доходов в 2008 г. наблюдается наибольшая доля расходов на покупку товаров и услуг, тогда как доля сбережений снизилась до 5,3% в 2008 г. Напротив, в 2009-2010 гг. при росте реальных денежных доходов на 7,3-5,9% доля сбережений достигла максимальных значений за 1996-2012 гг. (13,9% и 14,8%).

В первую очередь, обращает на себя внимание динамика по однозначно кризисному 2009 году, когда даже темпы роста ВДС торговли снизились примерно на 5,8%, при одновременном росте реальных располагаемых денежных доходов населения на 7,3%. То есть получается, что доходы растут, а на покупки люди тратятся всё меньше и меньше. Объяснение здесь простое: когда однозначно кризис, когда не известно, что будет дальше, когда уровень доверия в экономике низок, тогда россияне склонны, скорее, сберегать, чем тратить. Это – важная особенность потребительского поведения, которую необходимо учитывать в принимаемых мерах экономической политики.

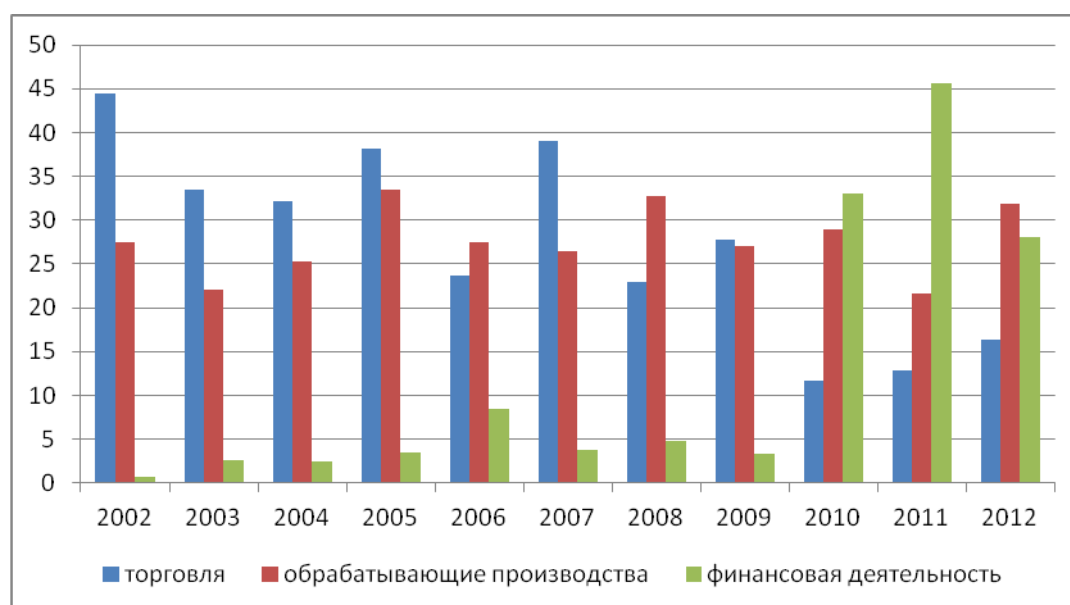
В конце 90-х – начале 2000х гг. ещё один фактор оказывал значимое влияние на расхождение динамики ВДС торговли и общественного питания и динамики реальных денежных доходов – структурные диспропорции в доходах различных слоев населения. В периоды снижения реальных денежных доходов более бедные слои населения меняли места покупки товаров на менее престижные, а более богатые сохраняли потребительские привычки. В результате снижение ВДС было меньшим, чем снижение реальных денежных доходов. В 2008-2009 гг. этот фактор роли не сыграл, и ВДС торговли и общественного питания сократились в 2009 г. даже больше, чем реальные денежные доходы населения в 2008 г.

Важнейшим фактором роста отрасли являются инвестиции. Торговля и общественное питание, как известно, имеют достаточно высокие показатели оборачиваемости капитала, что обеспечивает короткий период окупаемости вложений. Это не может не привлекать инвесторов. Начиная с 1998 г., инвестиционная привлекательность торговли и общественного питания (в

первую очередь оптовой торговли) постоянно возрастала примерно до середины 2000-х, когда оптовый рынок начал переходить в стадию зрелости. Более того, с 2002 г. отрасль «торговля и общественное питание» стала лидером по привлечению иностранных инвестиций, и оставалась таковым до середины 2000-х гг., а также в 2007 г. и 2009 г. (Рисунок 9). Кроме того, торговля в России является одним из лидеров по доле предприятий с иностранной собственностью, являющихся объектом инвестиций. В 2002 г. 30,6% инвестиций в торговлю поступало на предприятия с иностранной собственностью (в целом по России на иностранные предприятия поступало 4,1% инвестиций), в 2012 г. – уже 38% (в целом по России – 6,1%).

Рисунок 9

Виды экономической деятельности – лидеры по доле иностранных инвестиций, % от объёма всех иностранных инвестиций в Россию.



Примечания. За 2002 г. приведены данные по торговле и общественному питанию; инвестиции в обрабатывающие производства – расчётный показатель, полученный вычетом долей иностранных инвестиций в добывающие отрасли из доли иностранных инвестиций в промышленность. Иностранные инвестиции в гостиничный и ресторанный бизнес на протяжении 2002-2012 гг. не превышали 0,2% от всех иностранных инвестиций.

Источник: Росстат, ФБК

После «первой» волны мирового экономического кризиса торговля уступила место лидера по объёму иностранных инвестиций финансовой деятельности и обрабатывающим производствам, однако в последние 3 года её доля снова стала расти. В свете вступления России в ВТО интерес иностранных

инвесторов направлен также на отрасль общественного питания, поскольку её потенциал в России очень многообещающ.

Политика в отрасли

Регулирующая роль государства

Высокий уровень либерализации торговли в России был предопределён ещё в 1992 г., когда вышел Указ Президента Российской Федерации «О свободе торговли». Этим указом, фактически, были узаконены любые виды торговли (за исключением оружия, наркотиков и других запрещённых веществ), причём для торговли большинством товаров не требовалось специального разрешения; местные органы власти должны были содействовать свободной торговле и перемещению товаров по стране. Указ сыграл значительную роль в формировании динамичного потребительского рынка.

С тех пор многое изменилось и на рынке, и в законодательстве, и в структуре регулирующих органов. Стихийность уже не свойственна отрасли, торговля переходит в цивилизованное русло. И хотя торговля и общепит – отрасль с очень небольшим государственным участием, и роль государства сводится к контролю и надзору, эти функции выполняются сполна. Регулирование и надзор в отрасли за прошедшие 10 лет усилились. На федеральном и региональном уровнях контроль, надзор и регулирование в сфере торговли и общественного питания осуществляют следующие органы власти:

- Минпромторг России¹¹ - (разработка государственной политики и нормативно-правовое регулирование в области торговли);
- ФАС России (контроль и надзор за соблюдением законодательства в сфере рекламы, контроль и надзор за соблюдением законодательства в сфере конкуренции);
- Роспотребнадзор (контроль и надзор в сфере санитарно-эпидемиологического надзора, надзор на потребительском рынке, защита прав потребителей);
- ФСТ России (регулирование размера предельных торговых надбавок к ценам на ряд лекарственных средств);

¹¹ До мая 2008 г. его функции выполняло Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации, ныне Министерство экономического развития Российской Федерации.

- МВД России (политика в области торговли оружием);
- Минсельхоз России (политика в области торговли сельхозпродукцией, сырьём и продовольствием, табачной продукцией, пестицидами и агрохимикатами);
- ФСКН России (политика в области обращения наркотических и психотропных средств);
- Минфин России (политика в области торговли драгметаллов и драгоценных камней);
- Росалкогольрегулирование (политика в области оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции);
- Минздравсоцразвития России (политика в области обращения лекарственных средств).

На законодательном уровне торговля регулируется, прежде всего, законами «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»¹² (кроме товарных бирж и розничных рынков), «О розничных рынках»¹³, «О защите конкуренции»¹⁴ и «О защите прав потребителей»¹⁵. Также существует ряд специальных законов, регулирующих торговлю определёнными видами товаров: «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции», «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе», «Об обращении лекарственных средств» и т.д. Кроме того, отдельные аспекты торговли регулируются подзаконными актами.

Общественное питание регулируется Постановлением Правительства РФ от 15.08.1997 N 1036 «Об утверждении Правил оказания услуг общественного

¹² Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 28.12.2013) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"

¹³ Федеральный закон от 30 декабря 2006 г. № 271-ФЗ «О розничных рынках»

¹⁴ Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

¹⁵ Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 года N 2300-1 "О защите прав потребителей"; один из самых старых действующих законов России.

питания», а также всевозможными стандартами, санитарными правилами и т.п.

Действующей нормативной правовой базе, регулирующей отношения в сфере торговли, присуща, с одной стороны, недостаточная системность, а с другой – избыточность правового регулирования.

Среди регулирующих органов особого внимания заслуживает Роспотребнадзор, созданный в 2004 г. в результате слияния Госсанэпиднадзора и Госторгинспекции. Служба включает в себя, помимо центрального отделения, территориальные отделения по всей стране, что способствует всеохватности контроля и надзора в сфере торговли и общественного питания. Некоторые результаты деятельности Роспотребнадзора представлены в Таблице 7.

Таблица 7

Деятельность Роспотребнадзора в 2012 г.

Объект проверки	Проверено, тыс.	Выявлено нарушений, тыс.	Вынесено постановлений о назначении административного наказания, тыс.	Наложено административных штрафов, млн. руб.
<i>Надзор в области соблюдения санитарно-гигиенического законодательства</i>				
Предприятия общественного питания	16,4	77,6	25,9	101,3
Предприятия торговли продовольственными товарами	42,8	138,4	40,6	103,2
Предприятия торговли фармацевтической продукцией	2,2	5,8	2,3	5,0
<i>Надзор за соблюдением законодательства в области защиты прав потребителей</i>				
Предприятия розничной торговли	70,3	194	114,5	265,8
Предприятия общественного питания	9,2	20,4	9,6	29

Источник: Роспотребнадзор

Деятельность Роспотребнадзора, безусловно, осложняет жизнь недобросовестным предприятиям торговли и общественного питания.

Стратегическое планирование

Из всех отраслей экономики торговля, пожалуй, наименее всего охвачена планами правительства. В плане Минпромторга на 2013-2018 гг. из 9 целей только одна относится к торговле и звучит как «максимально полное удовлетворение потребностей населения в услугах торговли путем создания эффективной товаропроводящей инфраструктуры». Цель была включена в план в целях выполнения Указа Президента Российской Федерации от 7 мая №596 «О долгосрочной государственной экономической политике». Целевые показатели сформулированы не вполне чётко (так, не вполне понятно, что значит «достаточное количество малых и средних торговых предприятий», какие показатели характеризуют «развитие потребительской кооперации, торговли в малых и удаленных населенных пунктах»).

Основным стратегическим документом, касающимся торговли, является Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011 – 2015 годы и период до 2020 года¹⁶. Цель стратегии звучит примерно так же, как в Плане деятельности Минпромторга на 2013-2018 гг., единственное отличие заключается в том, что в Стратегии эта структура должна соответствовать требованиям инновационного сценария развития экономики. Стратегия предусматривает выполнение 8 задач:

1. Повышение эффективности регулирования внутренней торговли;
2. Развитие инфраструктуры торговли;
3. Стимулирование развития торговли в малых и отдаленных населенных пунктах;
4. Снижение кадрового дефицита в торговле, повышение уровня профессиональной подготовки;
5. Обеспечение условий для развития конкуренции;
6. Поддержка развития малого и среднего бизнеса;
7. Стимулирование развития дистанционной торговли;
8. Совершенствование традиционных форматов торговли.

Мероприятия по выполнению задач включают инвентаризацию, актуализацию и совершенствование отраслевых и антимонопольных

¹⁶ Приказ Минпромторга России № 422 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011 – 2015 годы и период до 2020 года» от 31 марта 2011 г.

нормативных правовых актов, мониторинг выполнения антимонопольного и отраслевого законодательства, разработку региональных и муниципальных программ развития торговли, исследование потребности в кадрах для торговой отрасли, инвентаризацию обеспеченности торговыми площадями и объектами логистической инфраструктуры. Таким образом, большая часть мероприятий связана с внесением изменений в нормативные правовые акты, разработкой методик, программ, осуществлением градостроительного планирования и т.д.

Стратегия включает 18 целевых показателей и предусматривает прогноз их значений для 4 сценариев развития. В Таблице 8 отражены значения некоторых показателей (не только целевых) для инерционного сценария.

Таблица 8

Некоторые целевые и прогнозные показатели стратегических документов по развитию торговли и общественного питания в России.

Направления, задачи	Целевые показатели	2013	2014	2015	2016	2018	2020
План Минпромторга на 2013-2018 гг.							
Обеспечение условий для развития конкуренции в торговле	Число крупных игроков в большинстве городов с населением более 500 тыс. чел. (средний уровень конкуренции)	-	-	3 и более	-	-	-
	Число крупных игроков в большинстве городов с населением более 100 тыс. чел. (высокий уровень конкуренции)	-	-	-	-	2 и более	-
	Наличие достаточного количества малых и средних торговых предприятий, развитие потребительской кооперации, торговли в малых и удаленных населенных пунктах.	-	-	*	-	**	-
Обеспечение населения современными форматами торговли продовольственными товарами	Торговые площади, млн. м ²	-	23,5	-	28,5	34,5	-
	Обеспеченность торговыми площадями, м ² на 1000 человек	-	164	-	200	235	-
Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011 – 2015 годы и период до 2020 года							
	Вклад сектора в ВВП, %	20,6	20,8	20,8	-	-	20,8
	Торговый оборот, всего, трлн. руб.	66,1	72,7	80,1	-	-	118,8

Направления, задачи	Целевые показатели	2013	2014	2015	2016	2018	2020
	Оборот розничной торговли, трлн. руб.	21,6	24,0	26,6	-	-	40,5
	Оборот оптовой торговли, трлн. руб.	44,4	48,7	53,5	-	-	78,4
Снижение кадрового дефицита в торговле	Занятость, млн. чел.	12,7	12,7	12,9	-	-	12,4
	Заработная плата, тыс. руб. в месяц	20,6	22,7	25,1	-	-	39,1
	Производительность розничной торговли, тыс. руб. на занятого	2 274	2 544	2 804	-	-	4 832
Развитие инфра-структуры торговли	Размер современных продовольственных торговых площадей, млн. кв.м.	13,6	14,7	15,2	-	-	29,4
	Обеспеченность современными продовольственными торговыми площадями, кв.м. на тыс. чел.	96	105	109	-	-	215
	Доля современных форматов розничной торговли, %	41	44	45	-	-	60
	Доля сетей в розничной торговле, %	30	32	35	-	-	55
Поддержка развития малого и среднего бизнеса	Доля малых предприятий от общего количества предприятий торговли, %	47	45	45	-	-	32
	Оборот малых предприятий, в торговле, трлн.руб.	-	-	9-12	-	-	10-13
	Доля оборота розничной торговли, приходящийся на малый бизнес, %	59	56	55	-	-	40

Примечания:

* Достижение показателя в городах с населением более 500 тыс. чел.

** Достижение показателя в городах с населением более 100 тыс. чел.

Источники: План деятельности Министерства промышленности и торговли Российской Федерации на 2013-2018 гг., Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011 – 2015 годы и период до 2020 года.

Помимо этого, к документам стратегического характера федерального уровня, затрагивающих в той или иной части сферу торговли, относятся:

- Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации¹⁷;
- Программа развития конкуренции в Российской Федерации¹⁸;
- Концепция реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и

¹⁷ Указ Президента Российской Федерации от 30 января 2010 г. № 120.

¹⁸ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 19 мая 2009 г. № 691-р.

профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 года¹⁹;

- Концепция государственной поддержки организаций народных художественных промыслов на период до 2015 года²⁰;
- Стратегия развития фармацевтической промышленности Российской Федерации на период до 2020 года, Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2020 года, другие стратегии развития отраслей промышленности, производящих товары потребительского назначения.

Помимо указанных документов, существуют отдельные законодательные инициативы, способные повлиять на торговлю и общественное питание. Так, в настоящее время ведётся нормотворческая работа²¹ с целью снизить планку беспошлинного ввоза товаров, купленных за рубежом, с 1000 евро до 150 евро. Эта мера призвана увеличить объём налоговых поступлений и снизит масштабы деятельности «серых» предпринимателей. Сейчас законодательство предусматривает оплату физлицами таможенных пошлин в размере 30% от стоимости товара, но не менее 4 евро за 1 кг, если посылка для 1 человека превышает по стоимости 1000 евро и весит более 31 кг.

Начавшаяся с Москвы (закрытие Черкизовского рынка в 2009 г., с 4-й попытки, закрытие рынка в Лужниках в 2011 г.) волна закрытия рынков дошла до Сибири – с 1 января 2014 г. должен был прекратить работу крупнейший в азиатской части России рынок «Гусинобобровский» (г. Новосибирск). Однако народные волнения привели к тому, что срок работы продлили до 1 апреля 2014 г. Закон «О розничных рынках» предусматривал перенос всех рынков в крытые сооружения с 1 января 2013 г., а для Москвы и Санкт-Петербурга – с 1 января 2012 г.

Роспотребнадзор разработал законопроект, согласно которому максимальный штраф за нарушение санитарных требований при хранении и приготовлении пищи в ресторанах, кафе и барах увеличивается в 10 раз (для граждан – 5 тыс. руб., для должностных лиц – 20 тыс. руб., для

¹⁹ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2009 г. № 2128-р.

²⁰ Приказ Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 24 сентября 2009 г. № 854.

²¹ В начале марта 2014 г. Правительство внесло в Госдуму законопроект по регулированию беспошлинного ввоза товаров для личного пользования, пересылаемых международными почтовыми отправлениями. Проект закона предусматривает наделение правительства правом регулировать нормы беспошлинного ввоза товаров, которые пересылаются россиянам с помощью международной почты.

индивидуальных предпринимателей – 30 тыс. руб., для юрлиц – 300 тыс. руб.). Также предусматривается отмена обязанности предварительного уведомления проверяемого объекта.

Ещё одно нововведение²² – ограничение доли иностранных работников в розничной торговле. Доля устанавливается в размере 0% для торговли фармацевтическими товарами и розничной торговли вне магазинов, 15% - в розничной торговле алкогольными напитками.

²² Постановление Правительства РФ от 19 декабря 2013 г. № 1191.

Сколько стоит торговля

В связи с переходом на ОКВЭД данные по ВДС отрасли «Торговля и общественное питание» Росстатом не представляются. Вместо этого есть данные по ВДС следующих видов деятельности: «Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования» и «Гостиницы и рестораны». Следовательно, для корректности сравнений необходимо:

- 1) выделить ВДС торговли из общей ВДС оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования. Зная соотношение объема оказанных ремонтных услуг и оборота торговли (оптовой и розничной) (Таблица 9), это будет сделать несложно. Доля ремонта не превышает 0,4% от суммарного оборота торговли и ремонта.

Таблица 9

Расчёт ВДС торговли

Год	Объём услуг по ремонту автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, млрд. руб.	Оборот розничной торговли, млрд. руб.	Оборот оптовой торговли, млрд. руб.	Доля оборота торговли, %	ВДС торговли и ремонта, млрд. руб.	ВДС торговли
2005	97,0	7041,5	15 626,0	99,6	3 610,5	3595,1
2006	114,5	8711,9	19 921,8	99,6	4 673,6	4655,0
2007	139,0	10869,0	24 015,6	99,6	5 745,0	5722,2
2008	169,5	13944,2	31 136,4	99,6	7 137,7	7111,0
2009	179,0	14599,2	28 258,8	99,6	6 060,5	6035,3
2010	189,5	16512,0	32 153,5	99,6	8 021,0	7989,9
2011	208,5	19104,3	39 154,0	99,6	9 114,9	9082,4
2012	237,9	21394,5	42 883,8	99,6	9 834,6	9798,4

Источник: Росстат, ФБК

- 2) выделить ВДС ресторанов из общей ВДС гостиниц и ресторанов. Сделаем это, принимая во внимание соотношение объема оказанных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения и оборота общественного питания (Таблица 10). Доля ресторанов в последние годы выросла с 84,6% до 88,5% от всей ВДС гостиниц и ресторанов.

Для расчёта ВДС использовано последнее соотношение, рассчитанное по данным 2012 г.

Таблица 10

Расчёт ВДС ресторанов

Год	Объем услуг гостиниц, млрд. руб.	Оборот общественного питания, млрд. руб.	Доля оборота общественного питания, %	ВДС гостиниц и ресторанов	ВДС ресторанов
2005	58,9	323,4	84,6	167,8	141,9
2006	72,4	427,2	85,5	206,7	176,8
2007	88,9	548,5	86,1	286,3	246,4
2008	104,4	722,7	87,4	358,0	312,8
2009	101,4	711,2	87,5	343,7	300,8
2010	111,8	781,4	87,5	403,3	352,8
2011	121,3	903,6	88,2	466,8	411,6
2012	132,7	1019,3	88,5	529,2	468,2

Источник: Росстат, ФБК

Приняв допущение, что в долгосрочной перспективе указанные соотношения изменяются незначительно, в дальнейшем будут использованы расчётные значения ВДС торговли и общественного питания.

Прогнозный период составляет 10 лет – с 2013 по 2022 г. включительно. Поскольку правительством разработан Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года, включающий, в том числе, показатели роста оборота розничной торговли и динамики располагаемых доходов населения, то будут использованы эти данные²³. Примем допущение, что прогнозные темпы прироста валовой добавленной стоимости торговли совпадают с прогнозными темпами прироста оборота розничной торговли. Учитывая то, что корреляция между показателями ВДС торговли и оборота розничной торговли достаточно тесная (95,2%), такое допущение не должно сильно исказить рассчитанную стоимость. Другое допущение состоит в том, что прогнозные темпы прироста валовой добавленной стоимости ресторанов совпадают с прогнозными темпами прироста реальных располагаемых доходов населения. Расчеты производятся на основе реальных значений темпов роста, поэтому объем валовой добавленной стоимости считается в ценах 2012 г., а ставка дисконтирования не включает инфляционную составляющую.

Ставка дисконтирования в прогнозный период будет составлять от 4,7% до 6,4% (Рисунок 11), согласно расчётам (см. Раздел «Оценки и методология»).

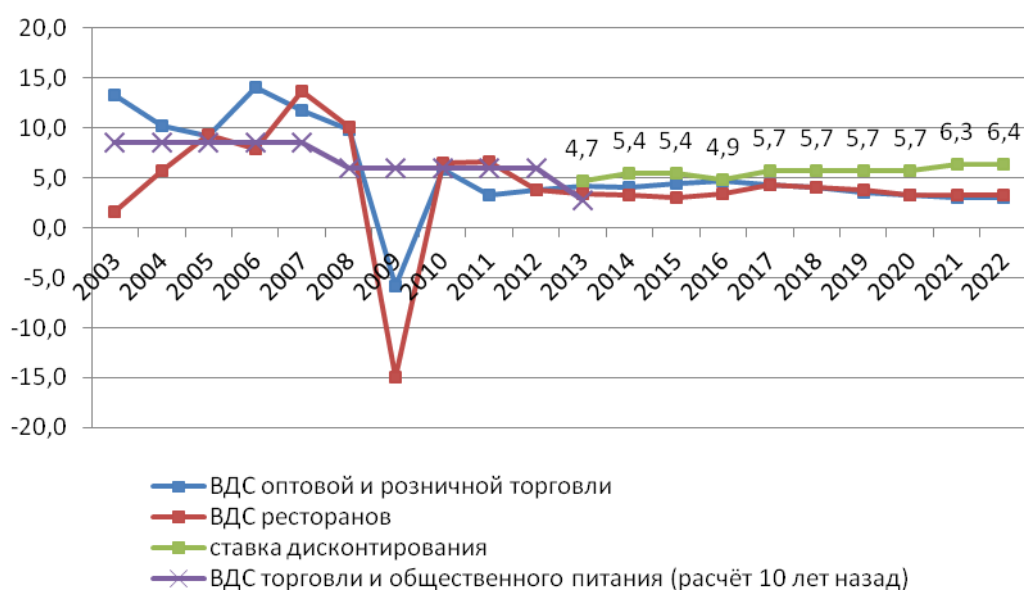
²³ При этом, как отмечалось выше, есть вероятность того, что фактические темпы роста будут ниже прогнозных значений, поскольку рост реальных денежных доходов населения будет замедляться.

Постпрогнозный период будет характеризоваться ежегодным приростом валовой добавленной стоимости на 2,5%, что соответствует среднему значению прироста реальных располагаемых доходов населения в 2023-2030 гг. согласно Прогнозу долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года. Корреляция данного показателя с ВДС торговли составляет 97,6%, если исключить период «первой волны» мирового экономического кризиса. Кроме того, средние темпы роста за 2003-2012 гг. практически совпадают. В долгосрочной перспективе, если даже будут резкие колебания значений располагаемых доходов, подобно возникшим в 2008-2009 гг., они повлекут за собой колебания оборота торговли и, как следствие, ВДС. Таким образом, использование для оценки добавленной стоимости торговли и общественного питания в постпрогнозный период темпов роста реальных располагаемых доходов населения вполне корректно.

Если принять допущение, что ставка дисконтирования в постпрогнозный период будет равняться средней ставке развитых стран, то риск этого периода составит 4%. Для постпрогнозного периода темп прироста и ставка являются средними. Реальные темпы прироста будут колебаться вокруг этого значения, при этом могут как превышать, так и быть ниже указанных уровней. В частности, ставка дисконтирования снизится до 4% не резко, а постепенно, в течение нескольких лет.

Рисунок 11

Динамика темпов прироста валовой добавленной стоимости и ставки дисконтирования, %

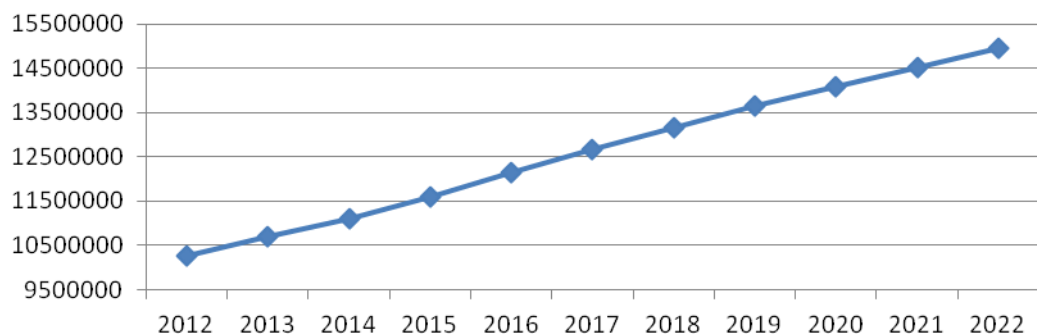


Источники: Росстат, Минэкономразвития России, ФБК

Прогноз динамики суммарной ВДС по торговле и ресторанам отражён на Рисунке 12.

Рисунок 12

Динамика валовой добавленной стоимости в 2002 – 2022 гг., млн руб., в ценах 2012 г.



Источник: Росстат, ФБК

По доходному методу оценки стоимости торговли и общественного питания **в прогнозном периоде** объем накопленной валовой добавленной стоимости, приведенной к началу 2013 г., составит **96,1 трлн. руб.** (в ценах 2012 г., суммарно по оптовой и розничной торговле и ресторанам). Объем ВДС в 2022 г. составит примерно 14,9 трлн. руб. (в ценах 2012 г.).

В постпрогнозный период будет создано дисконтированной валовой добавленной стоимости на 593,3 трлн. руб. В итоге торговлю и общественное питание на начало 2013 г. можно оценить в $(96,1 + 593,3) =$ **689,4 трлн. руб.** (в ценах 2012 г.).

Для сравнения со стоимостью торговли и общественного питания в 2002 г. необходимо перевести полученную 10 лет назад оценку (250,9 трлн. руб.) в цены 2012 г. путём умножения её на цепной индекс – произведение дефляторов валовой добавленной стоимости по торговле и общественному питанию за 2003-2012 гг. Цепной индекс в этот период составил 225,5%²⁴.

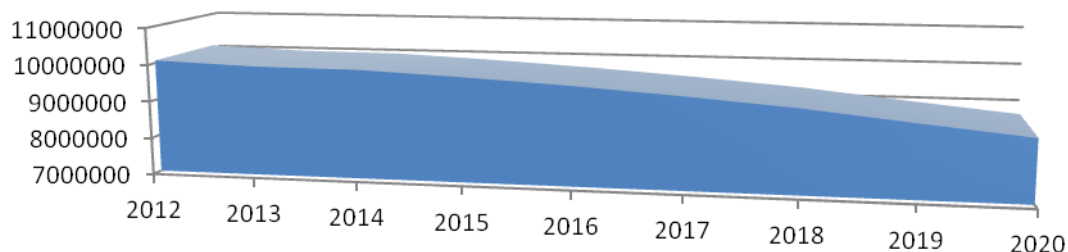
²⁴ При расчёте использовались индексы-дефляторы валовой добавленной стоимости по видам деятельности «Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования» и «Гостиницы и рестораны», взвешенные по объёму ВДС в видах деятельности «Оптовая и розничная торговля» и «Рестораны». Использовались расчётные значения ВДС.

Таким образом, в ценах 2012 г. стоимость торговли и общественного питания, исходя из условий 2002 года, составила бы 552,5 трлн. руб.

Таким образом, суммарная оценка стоимости торговли и общественного питания выросла за последние 10 лет на 24,8%.

Рисунок 13

**Динамика дисконтированной валовой добавленной стоимости
в прогнозный период (в млн. руб., в ценах 2012 г.)**



Источник: ФБК

Снижение дисконтированной валовой добавленной стоимости вплоть до конца прогнозного периода, 2022 г. (Рисунок 13), объясняется превышением ставки дисконтирования над темпами роста валовой добавленной стоимости.

**Стоимость торговли и общественного
питания за последние 10 лет выросла
на 24,8% и составила
689,4 трлн. руб.**

ПРИЛОЖЕНИЕ. РАСЧЕТ СТОИМОСТИ

Расчет стоимости торговли и общественного питания производится на основе **метода дисконтирования будущей валовой добавленной стоимости**. Будущая ВДС приводится к началу 2013 г.

В прогнозном периоде объем приведенной валовой стоимости будет рассчитываться по следующей формуле:

$$PV_f = \sum_{t=1}^T \left(I_0 \prod_{k=1}^t \left[\frac{g_k}{1+r_k} \right] \right)$$

где PV_t – приведенная стоимость (present value) в прогнозный период;

I_t – добавленная стоимость, произведенная в отрасли в год t ;

r_t – ставка дисконтирования на год t ;

t – годы, $t=1$ – первый год прогнозного периода, соответствует 2013 году;

T – последний год прогнозного периода, соответствует 2022 году;

g_t – темп роста добавленной стоимости за год t .

Таблица 11

Расчет приведенной валовой добавленной стоимости в прогнозном периоде

Год	Темпы роста ВДС торговли, %	ВДС торговли в ценах 2012 г., млн. руб.	Темпы роста ВДС общественного питания, %	ВДС общественного питания в ценах 2012 г., млн. руб.	ВДС торговли и общественного питания в ценах 2012 г., млн. руб.	Ставка дисконтирования, %	Коэффициент дисконтирования	Приведенная к 2013 г. ВДС торговли и общественного питания в ценах 2012 г., млн. руб.
2013	104,2	10 209 917,5	103,4	483 906,9	10 693 824,4	4,7	0,95483	10 210 773,1
2014	104,0	10 618 314,2	103,3	499 643,4	11 117 957,6	5,4	0,90590	10 071 717,9
2015	104,4	11 085 520,0	103,0	514 490,8	11 600 010,8	5,4	0,85942	9 969 338,2
2016	104,7	11 606 539,4	103,4	531 880,4	12 138 419,8	4,9	0,81958	9 948 378,1
2017	104,3	12 110 192,0	104,3	554 721,8	12 664 913,8	5,7	0,77554	9 822 095,8
2018	104,0	12 595 313,9	104,1	577 224,4	13 172 538,3	5,7	0,73386	9 666 810,3
2019	103,6	13 043 925,9	103,7	598 839,7	13 642 765,6	5,7	0,69447	9 474 491,0
2020	103,3	13 469 973,1	103,3	618 603,2	14 088 576,2	5,7	0,65686	9 254 190,7
2021	103,0	13 868 599,6	103,2	638 658,1	14 507 257,7	6,3	0,61767	8 960 718,9
2022	103,0	14 290 253,3	103,2	659 270,5	14 949 523,8	6,4	0,58079	8 682 470,4
Накопленная приведенная к 2013 г. ВДС, в млн руб., в ценах 2012 г.								96 060 987,3 ²⁵

²⁵ Расхождение указанной величины с суммой значений в строках таблицы связано с их округлением.

В постпрогнозный период приведенная валовая добавленная стоимость рассчитывается по модифицированной формуле Гордона, полученный результат приводится к началу 2013 г.:

$$PV_{pf} = \frac{g}{(1+r-g)} \cdot I_{2012} \cdot \prod_{t=1}^T \left[\frac{1}{1+r_t} \right],$$

где PV_{pf} – приведенная стоимость в постпрогнозном периоде;

I_{2012} – валовая добавленная стоимость в 2012 г.

g – теоретический (усредненный) темп роста валовой добавленной в постпрогнозном периоде;

r – ставка дисконтирования в постпрогнозном периоде

r_t – ставка дисконтирования в t-м году прогнозного периода;

$$PV_{pf} = \frac{1,025 \cdot 96060984,3}{(1+0,04-1,025) \cdot (1+0,047) \cdot (1+0,054)^2 \dots (1+0,064)} = 593302144,1 \text{ млн руб.}$$

Суммарная приведенная ВДС на начало 2013 г. составляет **689 363 128,4 млн. руб.** (96 060 987,3 + 593 302 144,1) в ценах 2012 г.