

**СОВМЕСТНЫЙ ПРОЕКТ ТЕЛЕКОМПАНИИ REN TV,
АУДИТОРСКО-КОНСАЛТИНГОВОЙ КОМПАНИИ ФБК
И ГАЗЕТЫ «ВЕДОМОСТИ»**

Сколько стоит Россия

РАЗДЕЛ 8

ТОРГОВЛЯ, ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ И ЗАГОТОВКИ

Москва, 2004 г.

Авторский коллектив: доктор экономических наук И.А.Николаев (руководитель),
кандидат экономических наук И.Е.Шульга,
С.А.Артемьева,
А.М.Калинин.

© 2004, ООО «ФБК». Все права защищены. Использование информации без ссылки на источник и указания наименования «ФБК» запрещено.

*Совместный проект телекомпании REN TV, аудиторско-консалтинговой компании ФБК и 2
газеты «Ведомости» «Сколько стоит Россия»*

Раздел 8. Торговля, общественное питание и заготовки

Содержание

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ	4
<i>Структура отрасли.....</i>	<i>4</i>
<i>Экономические показатели.....</i>	<i>11</i>
<i>Финансовый результат.....</i>	<i>13</i>
<i>Состояние фондов.....</i>	<i>13</i>
<i>Трудовые ресурсы.....</i>	<i>14</i>
<i>Зарубежные сравнения.....</i>	<i>15</i>
<i>Факторы роста</i>	<i>16</i>
ПОЛИТИКА В ОТРАСЛИ.....	20
С ЧЕГО ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ	20
РЕГУЛИРУЮЩАЯ РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛЕ	21
СКОЛЬКО СТОИТ ТОРГОВЛЯ.....	24
ПРИЛОЖЕНИЕ. РАСЧЕТ СТОИМОСТИ	29

Основные показатели

Структура отрасли

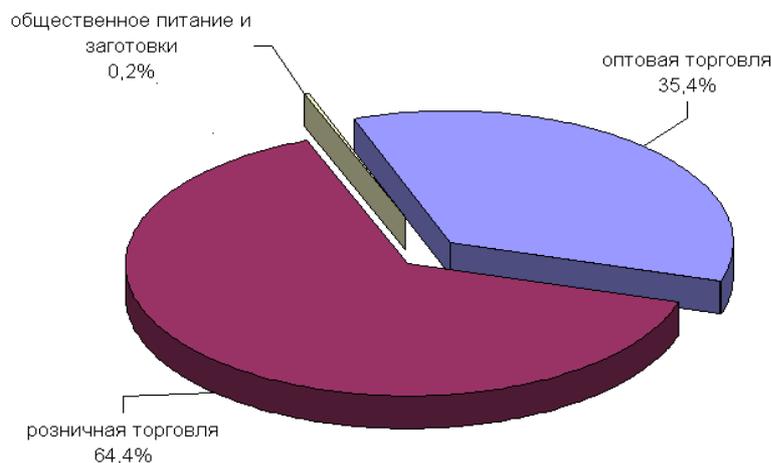
Структура отрасли «Торговля, общественное питание и заготовки» (далее – торговля и общественное питание) ясна из самого наименования:

- торговля;
- общественное питание;
- заготовки.

Основной вклад в создание валовой добавленной стоимости (ВДС) отрасли вносят розничная и оптовая торговля. Их доля в ВДС отрасли составляет 99,8% (рис. 1). Доля общественного питания и заготовок в суммарной ВДС отрасли ничтожно мала – около 0,2%¹.

Рисунок 1

Структура отрасли «торговля, общественное питание и заготовки» по создаваемой ВДС в 2002 г., %



Источник: Госкомстат России

¹ По мнению ФБК, эта цифра требует уточнения. Доля оборота общественного питания в общем обороте торговли и общественного питания 2002 г. составляла 1,3%. При этом, доля общественного питания в ВДС отрасли, вычисленная остаточным методом, – лишь 0,2%.

Отрасль отличается тем, что доля ВДС, не наблюдаемой статистическим методами (доля теневой экономики, проще говоря), является очень значительной, превышая 50%-ный показатель. Госкомстат России учитывает этот факт в своих оценках, хотя, вероятно, и не в полной мере.

Торговля

Торговля является, по-видимому, наиболее либерализованной отраслью российской экономики. Это привело к тому, что доля частных торговых организаций в обороте розничной торговли составляет 96,5%, в обороте оптовой торговли – 96,9%.

Разделение торговли на оптовую и розничную достаточно сложно и противоречиво. Вопреки устоявшемуся мнению, что опт от розницы отличается объемом покупаемых товаров, Госкомстат разделяет эти два направления следующим образом²:

- оптовая и комиссионная торговля (кроме торговли автомобилями и мотоциклами) – перепродажа (продажа без видоизменения) новых или бывших в употреблении товаров розничным торговцам, промышленным, коммерческим, учрежденческим или другим профессиональным пользователям, другим оптовым торговцам;
- розничная торговля (кроме торговли автомобилями и мотоциклами) – продажа (перепродажа без видоизменения) новых и бывших в употреблении товаров для личного потребления или домашнего использования.

Таким образом, если покупатель приобретает даже одну единицу товара для последующей перепродажи, эта операция должна учитываться как оптовая торговля.

В торговле и общественном питании преобладают малые предприятия, обеспечивающие более половины оборота отрасли (табл. 1). Исключением является общественное питание, малые организации которого обеспечивают лишь 21,2% оборота.

² Постановление Госкомстата РФ от 19 августа 1998 г. № 89 «Об утверждении методических указаний по определению оборота розничной и оптовой торговли на принципах статистики предприятий»

Таблица 1.
Организации торговли и общественного питания

	Число организаций на начало 2003 г., тыс.	Доля малых предприятий в общем числе организаций, %	Доля малых предприятий в обороте, %
Розничная торговля	138,8	82,6	52,8
Оптовая торговля	308,9	92,4	57,7
Общественное питание	16,1	77,0	21,2

Источник: Госкомстат России

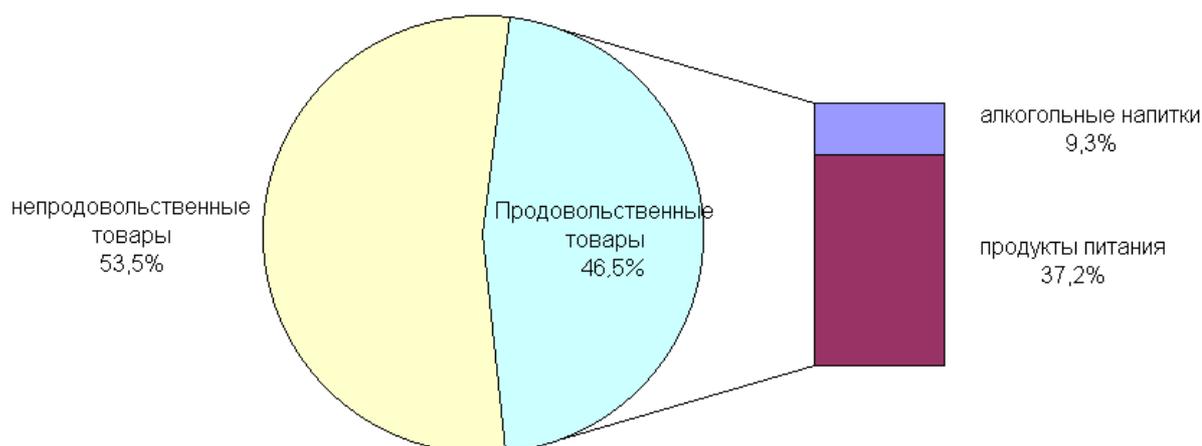
Масштабы российской торговли значительны (табл. 2).

Таблица 2
Объем оборота торговли

Оборот оптовой торговли в 2003 г., трлн руб.	7,2
Оборот розничной торговли в 2003 г., трлн руб.	4,5

Источник: Госкомстат России

Структура розничной торговли на протяжении последних лет остается неизменной.

Рисунок 2
Структура розничной торговли в 2002 г., %


Источник: Госкомстат России

Начиная с 2000 г. увеличивается доля алкогольной продукции в обороте розничной торговли. В 2002 г. это показатель составил 9,3% против 7,7% в 1996 г. В расчете на душу населения оборот алкогольных напитков в 2002 г.

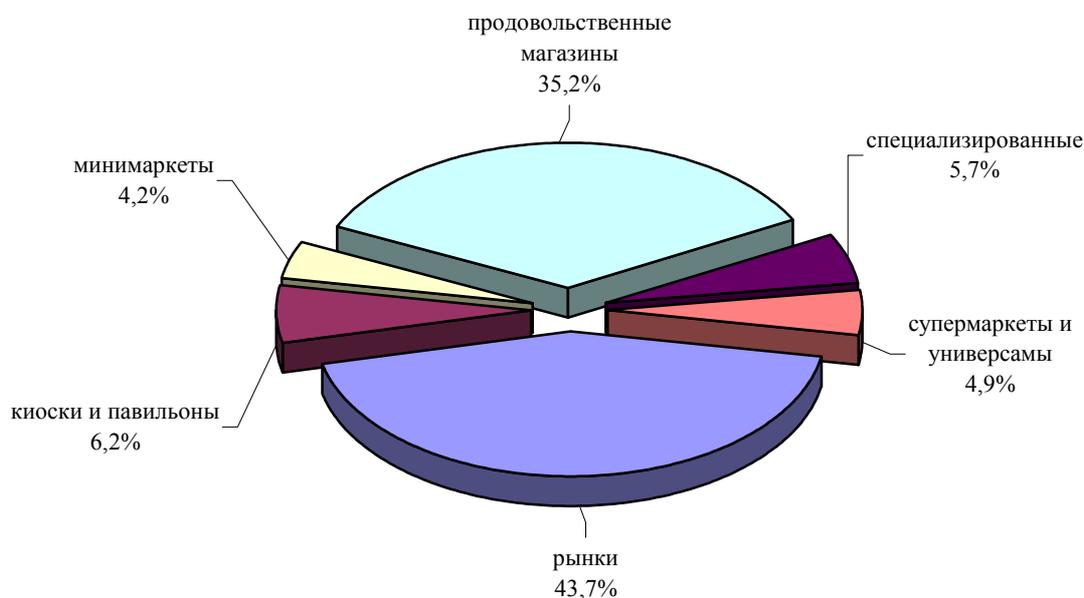
составил 8,7 л. За последние семь лет этот показатель был выше лишь в 1995 г. (9,45 л на душу населения).

Выделяют следующие виды торговых точек розничной торговли:

- Супермаркеты – магазины самообслуживания площадью свыше 300 м², ассортимент продуктов питания и промышленных товаров высокий;
- Минимаркеты – магазины площадью менее 300 м², ассортимент продуктов питания и промышленных товаров высокий;
- Продовольственные магазины;
- Киоски и павильоны – точки нестационарного типа, специализация на товарах импульсного спроса;
- Специализированные магазины – более 75% торговой площади/оборота приходится на одну группу товаров;
- Открытые рынки – скопления торговых точек на единой территории под одной администрацией.

По данным компании ACNielsen³, в марте 2003 г. доля рынков в обороте розничной торговли продовольственными товарами составила 43,4% (рис. 3).

³ Исследование «Тенденции Российского рынка продуктов питания и напитков» было представлено на втором Международном форуме Института Адама Смита «Пищевая Промышленность в России» в ноябре 2003 г.
<http://www.acnielsen.ru/mods.php?name=news&action=shownews&modbid=86&oid=4&bid=85>

Рисунок 3
Организационная структура розничной торговли продовольственными товарами по типам торговых точек в марте 2003 г., % в общем обороте розничной торговли продовольственными товарами


Источник: исследование «Тенденции Российского рынка продуктов питания и напитков» компании ACNielsen

Оптовая торговля может быть организована через промышленные организации либо через организации оптовой торговли. На организации оптовой торговли приходится около 80% оборота подотрасли. Торговля продукцией производственно-технического назначения обеспечивает 16,5% оборота, потребительскими товарами – 83,5%.

Общественное питание

По сравнению с торговлей, общественное питание имеет значительно меньшие масштабы. Оборот этой подотрасли в 2003 г. составили 182,7 млрд руб.

Число организаций общественного питания на начало 2003 г. составило 16,1 тыс. Доля малых предприятий в общем числе организаций – 77% (обеспечивают 21,2% оборота подотрасли).

Услуги предприятий общественного питания подразделяются на⁴:

- услуги питания;
- услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий;
- услуги по организации потребления и обслуживания;
- услуги по реализации кулинарной продукции;
- услуги по организации досуга;
- информационно-консультативные услуги;
- прочие услуги.

Обращает на себя внимание тот факт, что «услуги по организации досуга» и «информационно-консультативные услуги» входят в перечень услуг предприятий общественного питания.

Среди предприятий общественного питания выделяют пять основных типов⁵:

- ресторан;
- бар;
- кафе;
- закусочная;
- столовая.

Толчок развитию подотрасли «Общественное питание» дал приход на российский рынок западных сетей заведений общественного питания. Многие из них для укрепления своих позиций в России выбрали схему франчайзинга. Российские предприятия общественной торговли сначала просто перенимали западные бизнес-модели, однако сейчас уже существуют уникальные, чисто российские проекты. В Москве наиболее узнаваемы и популярны такие сети заведений общественного питания как Macdonald's,

⁴ ГОСТ Р 50764-95 «Услуги общественного питания. Общие требования» утвержден постановлением Госстандарта РФ от 5 апреля 1995 г. № 200

⁵ ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий» утвержден постановлением Госстандарта РФ от 5 апреля 1995 г. № 198

«Елки-Палки», «Му-Му», «Сбарро», «Якитория», «Пицца-Хат», «Кофе Бин» и т.д.

Открытие собственной кофейни в Москве зачастую приносит рентабельность 70 – 80% и окупается за 1,5 – 2 года. По оценкам специалистов, чтобы открыть кофейню на 60 – 70 посадочных мест, необходимо инвестировать 60 – 100 тыс. дол. США для несетевых кофеен и 120 – 150 тыс. дол. США для сетей. Однако в этом случае нужно также учитывать, что расходы на создание имиджа заведения, привлечения посетителей и т.д. могут значительно превысить указанные суммы. Намного проще купить уже готовый бизнес, благо, что предложений о продаже достаточно много. Небольшую, удачно расположенную кофейню в Москве сейчас можно купить за 50 – 100 тыс. дол. США, и при этом не бояться дополнительных расходов на раскрутку.

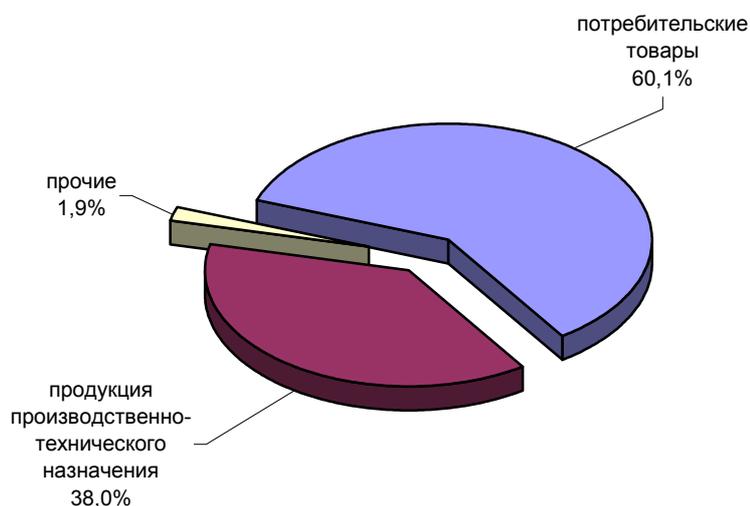
Заготовки

К подотрасли заготовки относится деятельность по заготовке сельскохозяйственной продукции.

К предприятиям подотрасли относятся заготовительные организации, реализационные и перевалочные базы, элеваторы, семеочистительные и зерносушильные фабрики и пункты, организации по заготовке лекарственного сырья, товарно-сырьевые биржи, брокерские конторы и агентства, оказывающие посреднические услуги при купле-продаже продукции сельского хозяйства и т.д.

Оборот торговли на товарных биржах России в 2002 г. составил 11,6 млрд руб., а доля агропродукции в биржевых торгах – 59,7%. На начало 2003 г. в России насчитывалось 40 товарных бирж.

В структуре товаров, торгуемых на российских товарных биржах, преобладают потребительские товары (рис. 4).

Рисунок 4
Структура оборота товарных бирж России в 2002 г., %


Источник: Госкомстат России

Экономические показатели

Валовая добавленная стоимость (ВДС), произведенная в торговле и общественном питании в 2002 г., составила 2,2 трлн руб. Вклад отрасли в создание ВВП России сопоставим со вкладом промышленности. В среднем, за последние семь лет доля торговли и общественного питания в ВВП страны составила 21,6%, а в 2002 г. – 22,8%.

Средние темпы роста ВДС отрасли за последние четыре года невысоки по сравнению с другими отраслями и составляют 105,4%. Наибольшие темпы роста (112,1%) наблюдались в 2000 г. По предварительной оценке Госкомстата России, темпы роста ВДС в торговле и общественном питании в январе-сентябре 2003 г. составил 109,2%.

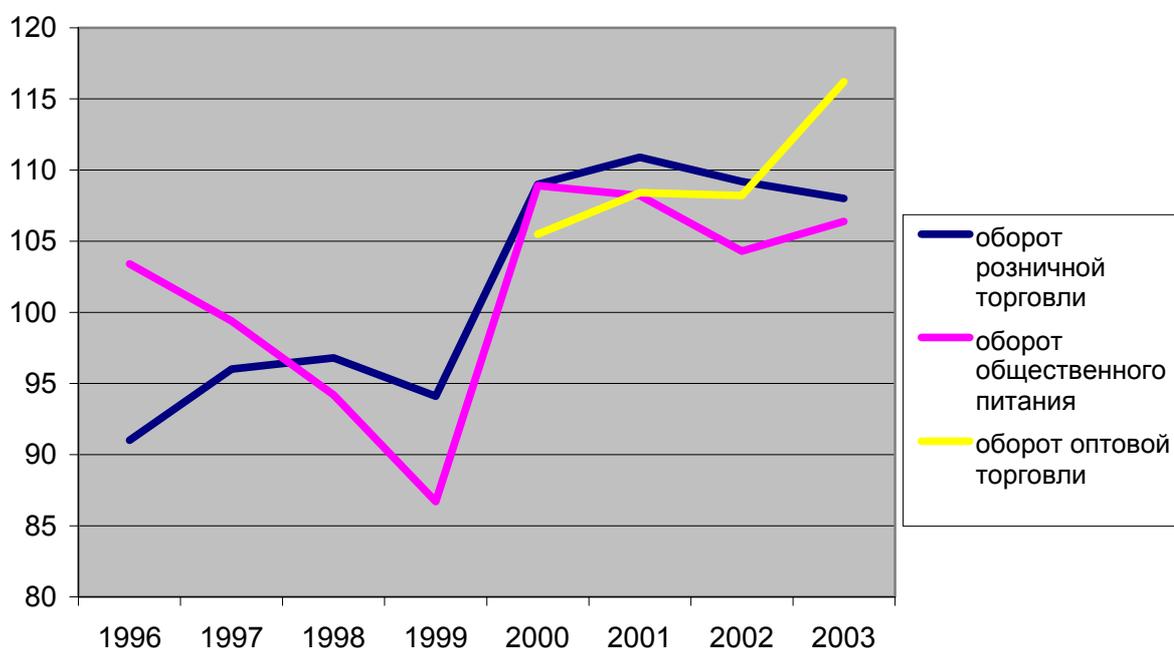
Объем выпуска отрасли в 2002 г. составил 3,3 трлн руб. (17,2%).

Торговля и общественное питание является основной отраслью в сфере производства услуг, обеспечивая 35,1% объема выпуска⁶ и 37,3% производимой ВДС.

Рост ВДС объясняется, в том числе, ростом оборота, который наблюдается во всех подотраслях торговли и общественного питания (рис. 5), что в свою очередь обеспечивается ростом реальных денежных доходов населения и инвестиционной привлекательностью отрасли.

Рисунок 5

Динамика оборота розничной и оптовой торговли и общественного питания, %



Источник: Госкомстат России, до 2000 г. данные по росту физического объема оптовой торговли не приводятся

⁶ Выпуск в торговле измеряется величиной торговой наценки, которая представляет собой разницу между стоимостью реализованных товаров в продажных и покупных ценах. Выпуск общественного питания приравнен к его товарообороту. Выпуск заготовительных организаций представляет собой величину реализованного наложения, т.е. разницу между продажной и покупной ценой заготавливаемых сельскохозяйственных продуктов.

Финансовый результат

Сальдированный финансовый результат работы организаций розничной торговли в 2002 г. составил 27,6 млрд руб. Доля убыточных предприятий розничной торговли в общем числе организаций в 2002 г. составила 26,4%, тогда как в 2001 г. этот показатель равнялся 24,1%.

Сальдированный финансовый результат работы организаций общественного питания в 2002 г. составил 2 млрд руб.

Сальдированный финансовый результат организаций оптовой торговли в 2002 г. составил 149 млрд руб.

Рентабельность продукции в торговле и общественном питании в 2002 г. составляла 8,9%, а рентабельность активов – 5,4%. Начиная с 2000 г. наблюдается падение этих показателей. Так в 2000 г. рентабельность продукции составляла 18,5%, а рентабельность активов 7,5%. Интересен тот факт, что падение рентабельности сопровождается ростом оборота отрасли.

Состояние фондов

Суммарный объем основных фондов торговли и общественного питания на 1 января 2003 г. в стоимостном выражении составлял 429,2 млрд руб. (1,7% общего объема основных фондов в экономике). На торговлю и общественное питание приходится 298,3 млрд руб. основных фондов, на оптовую торговлю продукцией производственно-технического назначения – 94,6 млрд руб. и на заготовки – 36,3 млрд руб.

Коэффициент обновления основных фондов в торговле и общественном питании – 3,8% при практически неизменном объеме основных фондов.

Уровень износа основных фондов у предприятий торговли и общественного питания в 2002 г. составляла 27,7%. Машины и оборудование изношены на 31,4%, а транспортные средства – на 30,8%. Такой показатель является одним из самых низких. Уровень износа основных фондов по экономике в целом на начало 2003 г. составлял 49,5%.

В 2002 г. было введено 773,6 тыс. м² торговых площадей, предназначенных для розничной торговли, из них 73,3% – это новое строительство, 6,7% – расширение действующих организаций и 20% – реконструкция и техническое перевооружение действующих организаций. Таким образом, торговля и общественное питание характеризуются **очень высоким уровнем нового строительства**.

Трудовые ресурсы

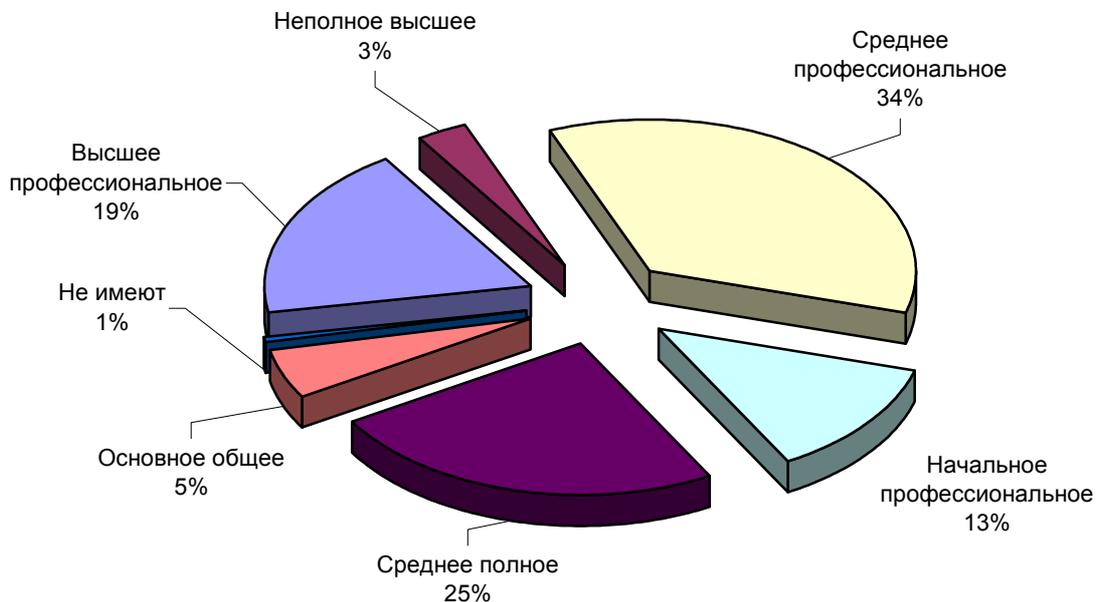
В 2002 г. среднесписочная численность занятых в торговле и общественном питании составила **10,8 млн чел.** (16,6% всех занятых в экономике). 62% всех работающих в торговле и общественном питании – женщины.

Торговля стоит на первом месте по количеству иностранных работников. Около 40% приезжающих в Россию на заработки идут в торговлю. Большая часть из них работает на открытых рынках, в киосках, павильонах и мелких продовольственных магазинах. Официально в торговле заняты около 120 тыс. иностранных работников, при этом нелегально в сфере торговли работают еще 1 млн чел.

Большинство занятых в отрасли имеют профессиональное образование (рис. 6). Это опровергает мнение о том, что для того чтобы торговать, особого образования не надо.

Рисунок 6

Распределение занятых в торговле и общественном питании по уровню образования, %



Источник: Госкомстат России

Уровень заработной платы в ноябре 2003 г. в торговле и общественном питании составлял 59% среднего по стране, т.е. 3 548 руб. в месяц.

Зарубежные сравнения

Торговля и общественное питание создают 22,8% ВВП России. Для сравнения, в развитых европейских странах вклад этой отрасли в создание ВВП намного скромнее – около 10% (табл. 3). Таким образом, **Россия – значительно более «торговая» страна, чем принято думать**. Нельзя, по-видимому, оценивать данный факт как недостаток. Такой структурный перекося является естественным в первые годы перехода от социалистической экономики – экономики дефицита к экономике капиталистической – экономике потребительства.

Однако даже несмотря на такую естественность, столь значительное и устойчивое расхождение заставляет искать причины данного факта. И здесь следует обратить внимание на то, что **число организаций оптовой торговли в России почти в 2,5 раза превышает число организаций розничной торговли** (табл. 1). Если учесть, что главная отличительная черта организаций оптовой торговли состоит в том, что они создаются для *перепродажи*, становится понятным, почему столь высока доля торговли в ВВП страны. **В России чрезвычайно высок удельный вес перепродавцов.**

Таблица 3

Доля добавленной стоимости, произведенной в торговле и общественном питании в 2002 г., в %

Страна	Доля в общем объеме ВДС (в %)
Норвегия	8,3
Франция	10,6
Россия	22,8

Источник: Системы национальных счетов соответствующих стран, расчеты ФБК

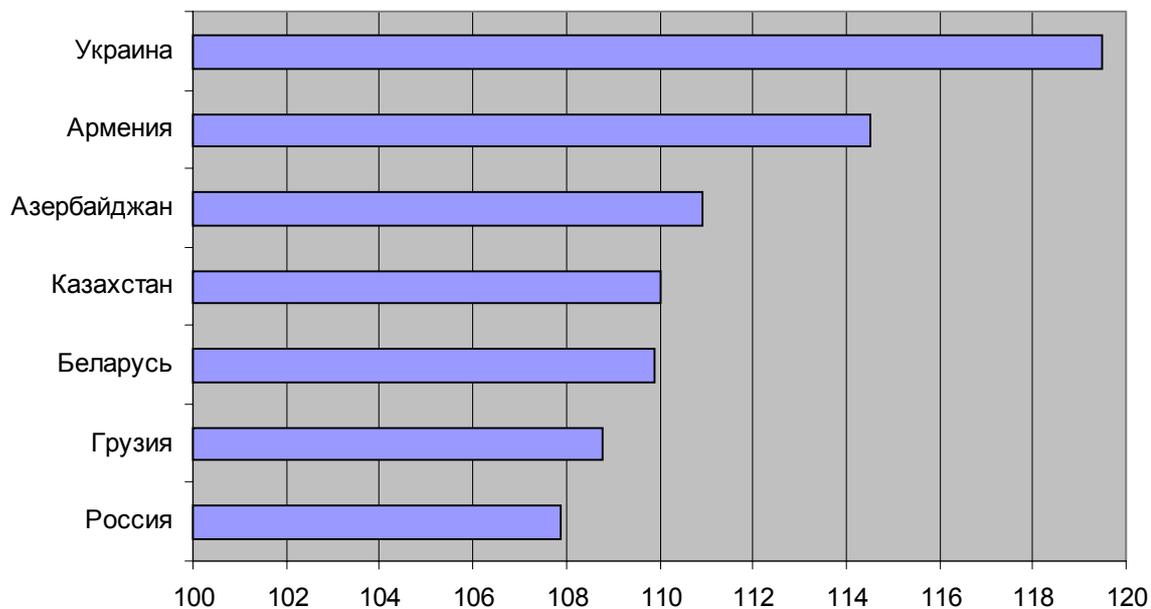
Торговля и общественное питание имеют высокие показатели оборачиваемости капитала. В условиях дефицита длинных денег в российской экономике наличие отрасли, которая может давать отдачу уже через пару лет, привлекает инвесторов, стремящихся минимизировать риски. Для развивающихся стран выбор инвесторами отраслей с высокой отдачей является характерным стилем поведения. Это подтверждается также и тем, что доля торговли и общественного питания в иностранных инвестициях увеличивается ежегодно и в 2002 г. достигла 44,5%, тогда как в промышленность пошло только 37,1% общего объема иностранных инвестиций. Такой интерес иностранных инвесторов объясняется тем, что даже с учетом не самой высокой рентабельности торговли и общественного питания снижение рисков за счет оборачиваемости очень значительно.

Нужно отметить, что темпы роста оборота, которые показывает торговля в России не та высоки, как кажется. Так, у большинства наших ближайших

соседей рост оборота розничной торговли (включая общественное питание) в 2003 г. был значительно выше (рис. 7).

Рисунок 7

Темпы роста оборота розничной торговли в 2003 г., %



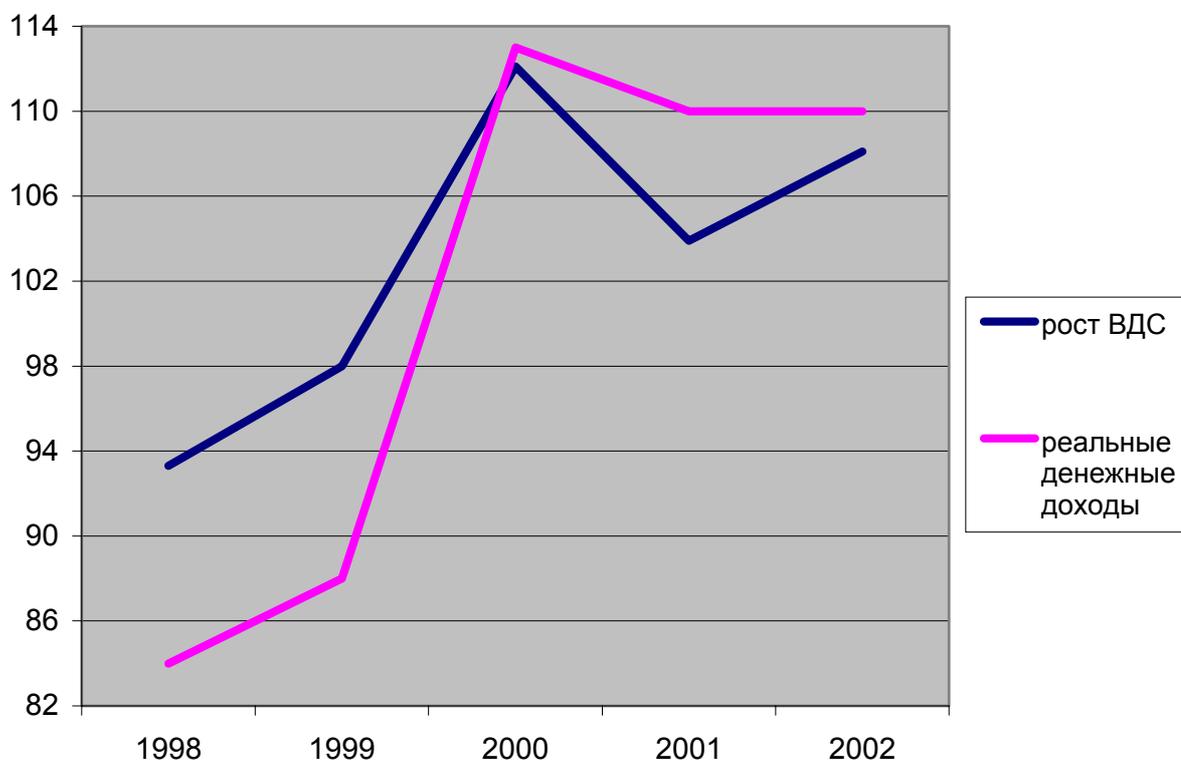
Источник: Госкомстат России

Факторы роста

Основным фактором развития торговли и общественного питания является рост платежеспособного спроса. В последние три года рост оборота отрасли объясняется именно этим фактором (рис. 8).

Рисунок 8

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



Источник: Госкомстат России

Основной причиной отсутствия однозначной корреляции между темпами роста ВДС в торговле и общественном питании и динамикой реальных денежных доходов является изменение соотношения накопления и потребления в структуре доходов при их падении (табл. 4).

Таблица 4

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

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Темпы роста ВДС отрасли, % к предыдущему периоду	101,9	105,2	93,3	98,0	112,1	103,9	108,1
Темпы роста реальных денежных доходов, % к предыдущему году	101,0	106,0	84,0	88,0	113,0	110,0	110,0
Доля расходов на покупку товаров и оплату услуг, %	69,3	68,7	77,7	78,5	75,5	74,5	73,2

Доля сбережений, %	4,9	2,4	2,5	5,3	7,5	8,9	10,4
--------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

Источник: Госкомстат России

В период значительного падения реальных денежных доходов в 1998 – 1999 гг. наблюдается наибольшая доля расходов на покупку товаров и услуг, тогда как доля сбережений снизилась до 2,5% в 1998 г. Напротив, в 2002 г. при росте реальных денежных доходов на 10% доля сбережений достигла своего максимума за последние семь лет (10,4%).

Другой причиной расхождения динамики ВДС торговли и общественного питания и динамики реальных денежных доходов являются структурные диспропорции в доходах различных слоев населения. Около 20% наиболее богатого населения страны получают 45,8% доходов. Падение реальных денежных доходов до 2000 г. приводило к тому, что менее богатые слои населения переключались на покупку товаров на продовольственных и вещевых рынках, тогда как более богатое население могло позволить себе не менять привычек и продолжать ходить в супермаркеты и торговые центры. Такое поведение разных групп населения обеспечивало меньшее падение ВДС отрасли по сравнению со снижением реальных денежных доходов.

Важнейшим фактором роста отрасли являются инвестиции. Торговля и общественное питание имеют достаточно высокие показатели оборачиваемости капитала, что обеспечивает короткий период окупаемости вложений. Такое преимущество позволяет инвесторам снизить зависимость проектов от экономических и политических рисков, поэтому инвестиционная привлекательность торговли и общественного питания в последние годы является высокой.

С 2002 г. отрасль «торговля и общественное питание» стала лидером по привлечению иностранных инвестиций, обогнав промышленность (табл. 5). При этом, привлекательность торговли и общественного питания, начиная с 1998 г., постоянно возрастает, тогда как интерес к промышленности ослабевает.

Таблица 5

Объем иностранных инвестиций по отдельным отраслям экономики

	1998		1999		2000		2001		2002		9 месяцев 2003	
	млн дол. США	%	млн дол. США	%	млн дол. США	%	млн дол. США	%	млн дол. США	%	млн дол. США	%
Всего инвестиций	11 773	100	9 560	100	10 958	100	14 258	100	19 780	100	20 899	100
в т.ч. по отраслям												
промышленность	4 698	39,9	4 876	51,0	4 721	43,1	5 662	39,7	7 332	37,1	7 581	36,3
из нее топливная	1 880	16,0	1 700	17,8	621	5,7	1 023	7,2	1 943	9,8	2 770	13,3

строительство	237	2,0	97	1,0	86	0,8	95	0,7	126	0,6	187	0,9
транспорт	318	2,7	521	5,5	1 020	9,3	758	5,3	436	2,2	308	1,5
связь	217	2,3	386	4,0	927	8,5	501	3,5	436	2,2	574	2,8
торговля и общественное питание	1 201	10,2	1 622	17,0	1 954	17,8	5 290	37,1	8 800	44,5	8 948	42,8
финансы, кредит, страхование, пенсионное обеспечение	900	7,6	114	1,2	274	2,5	127	0,9	130	0,7	226	1,1

Источник: Госкомстат России

Доля торговли и общественного питания в общем объеме иностранных инвестиций в российскую экономику составила 42,8%, в то время как на всю промышленность пришлось 36,3%, из которых только 13,3% – доля топливной промышленности. Таким образом, **торговля и общественное питание сегодня является самой привлекательной отраслью для иностранных инвесторов.** Это опровергает устоявшееся мнение о том, что иностранцев интересуют, в первую очередь, наши отрасли топливно-энергетического сектора.

Политика в отрасли

С чего все начиналось

Первым шагом на пути нынешнего развития отрасли стал Указ Президента Российской Федерации «О свободе торговли» (январь 1992 г.). В соответствии с этим Указом *в целях развития потребительского рынка, стимулирования конкуренции, преодоления монополизма в сфере розничной торговли и создания условий для быстрого развития торговой и посреднической сетей* предприятиям независимо от форм собственности и гражданам было предоставлено право осуществлять торговлю, посредническую и закупочную деятельность без специальных разрешений. Исключение, естественно, составляла торговля оружием, взрывчаткой, ядовитыми и радиоактивными веществами, наркотикам, лекарственными средствами и другими товарами, реализация которых была запрещена или ограничена законодательством.

Было установлено, что предприятия и граждане могли осуществлять торговлю (в том числе с рук, лотков и автомашин) *в любых удобных для них местах, за исключением проезжей части улиц, станций метрополитена и территорий, прилегающих к зданиям государственных органов власти и управления*. Ответственность за качество реализуемых товаров возлагалась на предприятия и граждан, осуществляющих торговлю.

Местным органам власти и управления указывалось на необходимость содействия свободной торговле предприятий и граждан, обеспечения свободного перемещения товаров на территории Российской Федерации.

Указ «О свободе торговли» сыграл значительную роль в формировании динамичного потребительского рынка. Люди безбоязненно могли продать накопившиеся у них товарные излишки. А излишки эти были немалые, т.к. в условиях тотального товарного дефицита все старались закупать побольше.

Никто не мог быть привлечен к ответственности за спекуляцию. Могли, если это было выгодно, купить в одном месте и перепродать в другом. В общем, такая анархия свободного рынка со всеми его в том числе и недостатками (стихийностью, антисанитарией и т.д.). Указ выполнил свою историческую миссию и достаточно скоро он после разного рода исправлений и дополнений утратил былое значение.

Регулирующая роль государства в современной торговле

Торговля и общественное питание характеризуются высокой степенью разгосударствления – около 96% оборота отрасли приходится на негосударственные организации. Этот факт накладывает отпечаток на государственную политику в отрасли. Фактически роль государства сводится к контролю и надзору за деятельностью организаций торговли и общественного питания.

До последнего времени регулирование в области торговли и общественного питания осуществляли сразу несколько министерств: Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации, Министерство здравоохранения Российской Федерации, Министерство Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства. Однако в рамках проводимой административной реформы Указом Президента РФ от 9 марта 2004 г. № 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» была создана Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. Функции нового органа исполнительной власти будут следующими:

- контроль и надзор в сфере санитарно-эпидемиологического надзора (ранее принадлежали Министерству здравоохранения Российской Федерации);
- надзор на потребительском рынке (ранее принадлежали Министерству экономического развития и торговли Российской Федерации);
- надзор в сфере защиты прав потребителей (ранее принадлежали Министерству Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства).

Факт создания отдельной службы по надзору в области торговли и общественного питания можно рассматривать как положительное явление, которое должно способствовать повышению координации действий по надзору в отрасли. Однако оценить эффективность вновь созданного органа исполнительной власти можно будет лишь после того, как он начнет нормально функционировать, т.е. когда станет ясно, на каких принципах будет осуществляться контроль и надзор за деятельностью организаций торговли и общественного питания.

В настоящее время в отрасли можно выделить несколько направлений вмешательства государства в ее функционирование.

Во-первых, это защита прав потребителей. Основным нормативный акт, регулирующий отношения в этой области – это Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей». С момента принятия закона изменения и дополнения вносились лишь дважды – в 1999 г. и в 2001 г. Очевидно, что данный закон в силу давности принятия не может полностью учитывать современные тенденции в отрасли и новые технологии, используемые в торговле и общественном питании. В настоящий момент в Государственной Думе РФ на рассмотрении находится проект федерального закона № 388132-3 «О внесении изменений и дополнений в федеральный закон РФ «О защите прав потребителей» и часть вторую Гражданского кодекса Российской Федерации». Законопроект направлен на усиление гарантий реализации прав потребителей в связи с принятием законов, связанных со снятием административных барьеров в экономике, и защиту малого бизнеса. В феврале 2004 г. рассматриваемый законопроект был принят в первом чтении.

Также в Государственной Думе РФ находится на рассмотрении проект федерального закона № 11081-3 «Об электронной торговле». Законопроект устанавливает правовые условия для электронной торговли, правила совершения сделок с использованием электронных документов, подписанных аналогами собственноручной подписи и определяет права и обязанности лиц, осуществляющих электронную торговлю. Однако вероятность принятия данного законопроекта невысока. Законопроект был принят в первом чтении еще в 2001 г. и до сих пор находится на рассмотрении.

Помимо установления нормативов, государственное регулирование отрасли включает институты лицензирования деятельности и сертификации товаров и услуг.

Другим направлением государственной политики в области торговли является защита отечественных производителей на внутреннем и внешнем рынках. Это направление включает тарифную политику, сертификацию ввозимых товаров и т.д. Основным нормативным актом в области регулирования внешней торговли является Федеральный закон РФ от 08 декабря 2003 № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности».

В целом политику государства в отрасли торговля и общественное питание можно оценить удовлетворительно. С одной стороны, высокая степень разгосударствления отрасли не позволяет использовать прямое воздействие государства на организации. И с этой точки зрения, используемые инструменты оправдывают себя и их перечень не может быть расширен. Таким образом роль государства в регулировании торговли и общественного питания сводится к стандартизации, сертификации, лицензированию и контролю за выполнением установленных норм.

С другой стороны, регулированием практически не охвачены организации отрасли, функционирующие на основе новых технологий (например, отсутствует надзор и контроль за интернет-торговлей).

Справедливости ради необходимо отметить, что у государства есть рычаги косвенного влияния на отрасль. Речь идет о налоговой политике и политике в области малого бизнеса.

До недавнего времени во многих регионах России взимался налог с продаж, который непосредственно относится к отрасли «торговля и общественное питание». Целью его введения было пополнение региональных бюджетов, а отнюдь не регулирование сферы торговли. Отмена с 1 января 2004 г. этого налога официально мотивировалась необходимостью снижения налоговой нагрузки на потребителей, а также тем, что эта мера была временной. Отмена налога с продаж должна была способствовать росту платежеспособного спроса. Однако фактически цены не были снижены. В Москве после отмены налога с продаж потери городского бюджета оцениваются в 22 млрд руб. в год.

Другим немаловажным инструментом в области косвенного регулирования отрасли является политика в области малого предпринимательства. Нельзя отрицать, что введение единого налога на вмененный доход, упрощение регистрации и отчетности малых предприятий оказывали стимулирующее воздействие на отрасль, где доля таких организаций достигает 90%. Однако это является скорее исключением. **Торговля и общественное питание, как отрасль, в наибольшей степени страдает от так называемых административных барьеров.** Проблема административных барьеров, которую правительство «заметило» в 2000 г., до настоящего времени остается актуальной. На смену одним административным барьерам, в отношении которых удалось ввести какие-либо ограничительные меры, например, по лицензированию, приходят другие (разного рода аттестации, согласования, разрешения). Этого и следовало ожидать, т.к. пока не претерпела изменений мотивация работников разного рода административных структур.

Сколько стоит торговля

Согласно предложенной методике, для расчета стоимости торговли и общественного питания выделяются прогнозный и постпрогнозный периоды. Прогнозный период составляет 10 лет – с 2003 по 2012 гг. включительно. Расчеты производятся на основе реальных значений, поэтому объем валовой добавленной стоимости считается в ценах 2002 г., а ставка дисконтирования не учитывает инфляцию.

Прогноз строится на основе анализа существующих тенденций развития торговли и общественного питания, показателей динамики объема валовой добавленной стоимости в 1996 – 2002 гг.⁷, учета соответствующей государственной политики и экспертных оценок.

Одним из основных факторов, влияющих на построение прогноза отрасли, является динамика платежеспособного спроса. Согласно заявлениям Министра экономического развития и торговли Г.Грефа, сделанным в интервью по итогам заседания Правительства 25 марта 2004 г., планируется, что к 2007 г. реальные денежные доходы населения вырастут на 40%. Таким образом, среднегодовой темп прироста должен составить 8,8%. При этом в Программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2003 – 2005 гг.)⁸ до 2008 г. заложен средний прирост реальных денежных доходов населения 6,6 – 8% в год.

Развитие торговли и общественного питания в прогнозном периоде можно разбить на два этапа.

Первый этап – до 2007 г. – будет характеризоваться инерционным ростом торговли и общественного питания, поддерживаемым ростом платежеспособного спроса. На этом этапе на развитие отрасли будут влиять такие факторы как рост интернет-торговли, появление на российском рынке новых крупных иностранных торговых сетей, выход уже существующих иностранных торговых сетей (ИКЕА, Metro, Auchan, ОБИ) в регионы. Большую роль в развитии торговли сыграют и высокие темпы роста промышленного производства⁹. В среднем темпы прироста валовой добавленной стоимости в торговле и общественном питании на первом этапе будут составлять 8,5% (рис. 9). Ставка дисконтирования на первом этапе составит 6%.

⁷ Национальные счета России в 1995-2002 гг. – М: Госкомстат России, 2003

⁸ Утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 15 августа 2003 г. № 1163-р

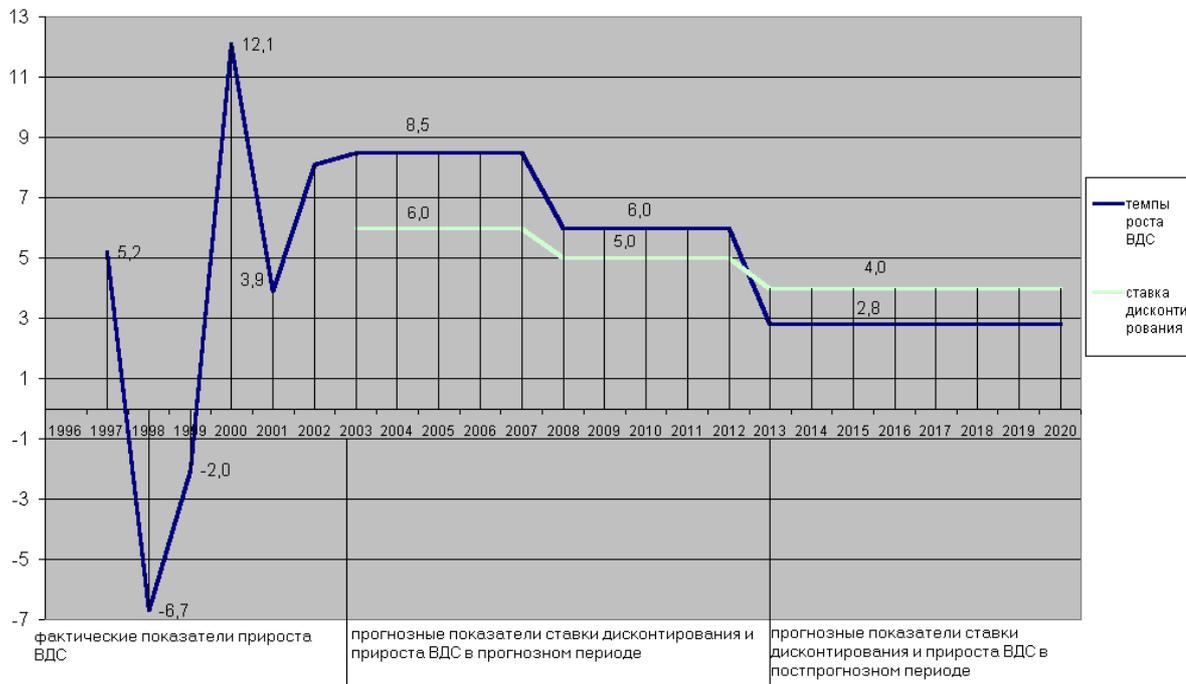
⁹ См. Раздел 3 «Промышленность» настоящего исследования

Второй этап – с 2008 г. по 2012 г. – будет характеризоваться снижением темпов прироста до 6%, что будет связано с естественным насыщением рынка. Эффект базы сойдет на нет. Так как потенциал роста реальных денежных доходов населения даже в этот относительно отдаленный период будет оставаться высоким, то данный фактор по-прежнему будет иметь важное значение для поддержания высоких темпов роста отрасли. Определенное значение на данном этапе будет иметь и развитие товарных бирж. Также на втором этапе продолжится рост интернет-торговли, что, с одной стороны, приведет к сокращению объема реального розничного рынка, а с другой стороны, увеличит долю валовой добавленной стоимости в структуре выпуска отрасли. Нельзя недооценивать и развитие региональной торговли, которая станет определяющим фактором роста розничной торговли. Под воздействием стабилизации общих экономических условий отраслевые риски снизятся и ставка дисконтирования на втором этапе составит 5%. Другим фактором снижения ставки дисконтирования будет развитие торговых сетей, что приведет к снижению транзакционных издержек отрасли и повысит стабильность рынков.

Постпрогнозный период будет характеризоваться ежегодным приростом валовой добавленной стоимости на 2,8% и риском 4%, что соответствует уровню развитых стран. Необходимо отметить, что для постпрогнозного периода темп прироста 2,8% является средним. Реальные темпы прироста будут колебаться вокруг этого значения, при этом могут, как превышать, так и быть ниже указанного уровня. Это означает, что, к примеру, в 2013 г. темп прироста валовой добавленной стоимости не снизится резко до 2,8%, а также будет около 6%. Однако в среднем, на весь постпрогнозный период, прирост валовой добавленной стоимости берется, как было отмечено выше, на уровне 2,8%

Рисунок 9

Динамика темпов прироста валовой добавленной стоимости и ставки дисконтирования, %



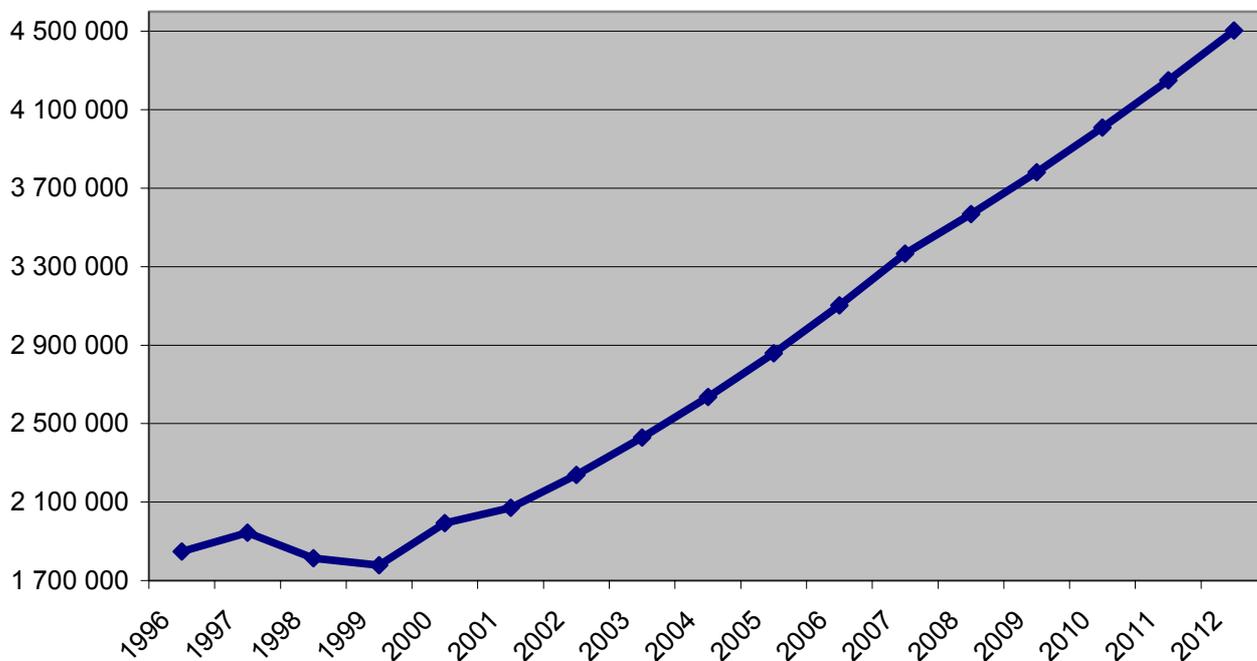
Источник: Госкомстат России, расчеты ФБК

* Несмотря на то, что прирост ВДС в торговле и общественном питании в январе – сентябре 2003 г. составил 9,2%, в целях расчета стоимости отрасли темпы прироста для него берутся как средние по первому этапу, т.к., согласно используемой методике, этот год входит в прогнозный период.

Динамика ВДС, по прогнозам ФБК, будет выглядеть следующим образом:

Рисунок 10

Динамика валовой добавленной стоимости в 1996 – 2012 гг., млн руб., в ценах 2002 г.

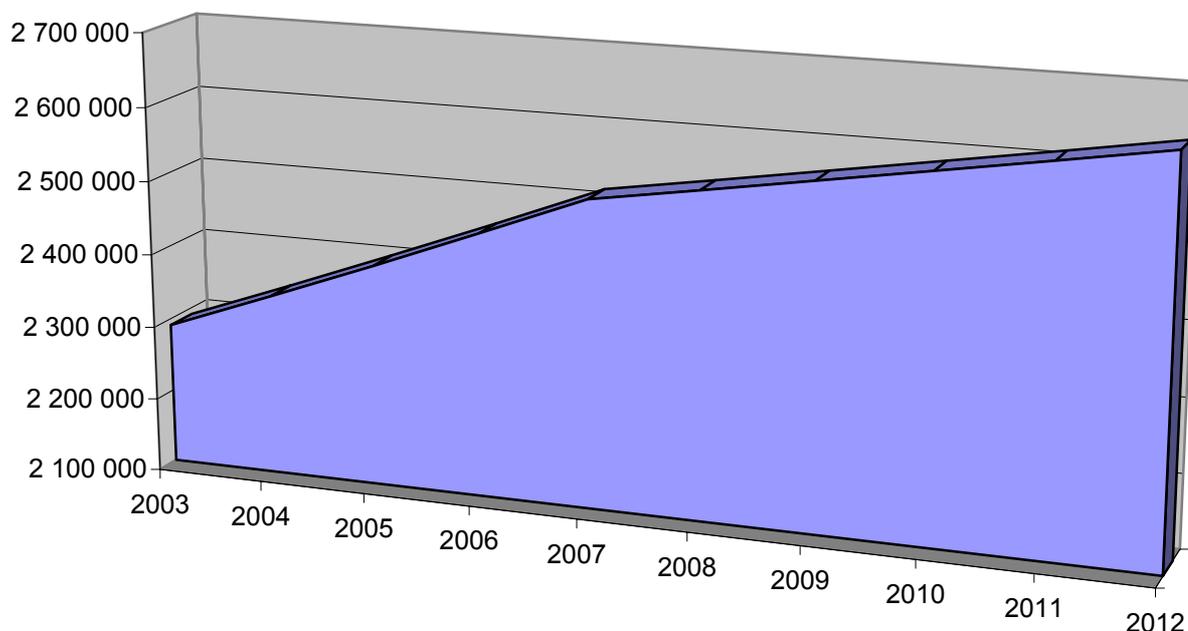


Источник: Госкомстат России, расчеты ФБК

По доходному методу оценки стоимости торговли и общественного питания **в прогнозном периоде** объем накопленной валовой добавленной стоимости, приведенной к началу 2003 г., составит **24,9 трлн руб.** (в ценах 2002 г.) (рис. 11).

Рисунок 11

Динамика дисконтированной валовой добавленной стоимости в прогнозном периоде, млн руб. в ценах 2002 г.



Источник: расчеты ФБК

В постпрогнозный период будет создано дисконтированной валовой добавленной стоимости на **225,9 трлн руб.** В итоге торговлю и общественное питание России на начало 2003 г. можно оценить в **250,9 трлн руб.** (в ценах 2002 г.).

Доля стоимости, создаваемой в прогнозном периоде, составляет 9,9% общей стоимости торговли и общественного питания.

**Стоимость отрасли «Торговля,
общественное питание и заготовки»
250,9 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 2003 г.

В прогнозном периоде объем приведенной валовой стоимости будет рассчитываться по следующей формуле¹⁰:

$$PV_{\text{прогн}} = \sum_{t=1}^5 \frac{I_{2002+t}}{(1+r_1)^t} + \sum_{t=1}^5 \frac{I_{2007+t}}{(1+r_2)^t * (1+r_1)^5},$$

где $PV_{\text{прогн}}$ – приведенная стоимость в прогнозном периоде;

I_t – валовая добавленная стоимость в соответствующем году;

r_1 – ставка дисконтирования в 2003 – 2007 гг.;

r_2 – ставка дисконтирования в 2008 – 2012 гг.;

Таблица 6

Расчет приведенной валовой добавленной стоимости в прогнозном периоде

Год	ВДС в ценах 2002 г., млн руб.	Ставка дисконтирования, %	Коэффициент дисконтирования	Приведенная к 2003 г. ВДС в ценах 2002 г., млн руб.
2003	2 428 736	6	0,94340	2 291 261
2004	2 635 179	6	0,89000	2 345 300
2005	2 859 169	6	0,83962	2 400 614
2006	3 102 199	6	0,79209	2 457 232
2007	3 365 886	6	0,74726	2 515 186
2008	3 567 839	5	0,71167	2 539 140
2009	3 781 909	5	0,67779	2 563 322
2010	4 008 824	5	0,64551	2 587 735
2011	4 249 353	5	0,61477	2 612 380

¹⁰ Формула трансформирована из модельной (см. Раздел 2 «Как считают в мире. Подход ФБК» настоящего исследования) в соответствии с динамикой роста торговли и общественного питания в прогнозном периоде и выбранными рамками прогноза.

2012	4 504 314	5	0,58550	2 637 259
Накопленная приведенная к 2003 г. ВДС, в млн руб., в ценах 2002 г.				24 949 427

В постпрогнозный период приведенная валовая добавленная стоимость рассчитывается по формуле Гордона, полученный результат приводится к началу 2003 г.:

$$PV_{\text{постпрогн}} = \frac{I_{2012} * (1 + g)}{(r - g) * (1 + r_1)^5 * (1 + r_2)^5},$$

где $PV_{\text{постпрогн}}$ – приведенная стоимость в постпрогнозном периоде;

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

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

r – ставка дисконтирования в постпрогнозном периоде;

r_1 – ставка дисконтирования в 2003 – 2007 гг.;

r_2 – ставка дисконтирования в 2008– 2012 гг.;

$$PV_{\text{постпрогн}} = \frac{4\,504\,314 * (1 + 0,028)}{(0,04 - 0,028) * (1 + 0,06)^5 * (1 + 0,05)^5} = 225\,925\,224 \text{ млн руб.}$$

Суммарная приведенная ВДС на начало 2003 г. составляет **250 874 651 млн руб.** (24 949 427 + 225 925 224) в ценах 2002 г.