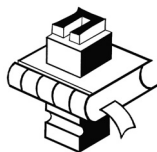


*К 100-летию
Российской экономической академии им. Г. В. Плеханова*

ТОРГОВЛЯ – ТОВАРЫ – ПОТРЕБЛЕНИЕ:

Правовое и экономическое регулирование

*Под общей редакцией
доктора экономических наук профессора А.В. Орлова*



ПАЛЕОТИП

Москва

2007

УДК 339(075.8)
ББК 65.42я73
Т60

Рецензенты:

М.Я. Иоффе, доктор экономических наук, профессор,
Л.В. Андреева, доктор юридических наук профессор,
М.А. Супатаев, кандидат юридических наук, ведущий научный со-
трудник Института государства и права РАН

Т60 Торговля — товары — потребление: правовое и экономическое регулирование / Под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Орлова. — М. : Издательство «Палеотип», 2007. — 336 с.

ISBN 978-5-94727-174-4

В основу монографии положены материалы научно-исследовательской работы по теме «Методическое обеспечение проекта федерального закона о розничной торговле и разработка предложений по вопросам регулирования взаимодействия сетевой торговли и отечественных производителей продовольствия», выполненной Российской экономической академией им. Г.В. Плеханова по заказу Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации.

Для ученых и специалистов, студентов и аспирантов, а также широкого круга читателей.

УДК 339(075.8)
ББК 65.42я73

ISBN 978-5-94727-174-4

© Коллектив авторов, 2007
© Издательство «Палеотип», 2007

Авторский коллектив

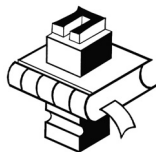
- А.В. Орлов** (д.э.н., профессор, заведующий кафедрой государственного управления и прикладного менеджмента РЭА им. Г.В. Плеханова, руководитель проекта и монографии, общее редактирование) — Введение; § 1 разд. 1 гл. 1; § 3—4 разд. 3 гл. 1; § 1—3 разд. 4 гл. 1; Вместо заключения
- Л.А. Брагин** (д.э.н., профессор, заведующий кафедрой торгового дела РЭА им. Г.В. Плеханова) — § 2, 4 разд. 1 гл. 1; § 1 разд. 1 гл. 2
- Л.Г. Елиссеева** (д.т.н., профессор, заведующий кафедрой товароведения и товарной экспертизы РЭА им. Г.В. Плеханова) — § 1—2 разд. 2 гл. 1; § 1—3 разд. 2 гл. 2; § 1—3 разд. 2 гл. 3
- Б.И. Пугинский** (д.ю.н., профессор, заведующий кафедрой коммерческого права МГУ им. М.В. Ломоносова) — § 1—3 разд. 4 гл. 1
- М.С. Соколов** (преподаватель кафедры государственного управления и прикладного менеджмента РЭА им. Г.В. Плеханова, координатор проекта и монографии) — Введение; § 2 разд. 1 гл. 2; Приложения
- А.В. Шишкин** (д.э.н., профессор, директор НИИ РЭА им. Г.В. Плеханова, координация работы и финансовый менеджмент)
- В.П. Куренкова** (к.э.н., доцент кафедры торгового дела РЭА им. Г.В. Плеханова) — § 3 разд. 1 гл. 1; § 1 разд. 1 гл. 2
- А.В. Рыжакова** (к.т.н., доцент кафедры товароведения и товарной экспертизы РЭА им. Г.В. Плеханова) — § 1—2 разд. 2 гл. 1; § 1—3 разд. 2 гл. 2; § 1—3 разд. 2 гл. 3
- В.П. Карагодин** (к.б.н., доцент кафедры товароведения и товарной экспертизы РЭА им. Г.В. Плеханова) — § 1—2 разд. 2 гл. 1; § 1—3 разд. 2 гл. 2; § 1—3 разд. 2 гл. 3
- Г.Н. Чернухина** (к.э.н., ст. преподаватель кафедры предпринимательства Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы) — § 2—4 разд. 1 гл. 1
- Н.А. Денисов** (к.э.н., старший научный сотрудник, первый заместитель директора ФГУП «Всероссийский центр уровня жизни») — § 1—2 разд. 3 гл. 1
- Е.В. Абрамова** (начальник нормативно-правового управления Департамента потребительского рынка и услуг) — § 3 разд. 4 гл. 1
- Е.А. Надеева** (ответственный секретарь в секции «Потребительский рынок» Союза российских городов) — § 1—3 разд. 4 гл. 2; Приложение 4
- О.Н. Воронина** (Магистр наук, преподаватель кафедры государственного управления и прикладного менеджмента РЭА им. Г.В. Плеханова, перевод текстов) — Предисловие; Введение; Вместо заключения

In commemoration of 100th anniversary
since the foundation of
Plekhanov Russian Academy of Economics

TRADE – COMMODITIES – CONSUMPTION: LEGAL AND ECONOMIC REGULATION

Monograph

Edited by
Professor, PhD, Orlov A.V.



ПАЛЕОТИП

Moscow
2007

LIST OF AUTHORS

- A.V. Orlov** (*PhD, Professor, head of State Governance and Management Department at Plekhanov Russian Academy of Economics, project and monograph manager, editor*) — Introduction; Part 1 Chapter 1 — §1; Part 3 Chapter 1 — §3,§4; Part 4 Chapter 1 — §1,§2,§3; Conclusion
- L.A. Bragin** (*PhD, Professor, head of Trade Department at Plekhanov Russian Academy of Economics*) — Part 1 Chapter 1 — §2, §4; Chapter 2 — §1
- L.G. Eliseeva** (*PhD, Professor, head of Commodity Research and Commodity Examination Department at Plekhanov Russian Academy of Economics*) — Part 2 Chapter 1 — §1,§2; Chapter 2 — §1,§2,§3; Chapter 3 — §1,§2,§3
- B.I. Pugynsky** (*PhD, Professor, head of Commercial Law Department at Lomonosov Moscow State University*) — Part 4 Chapter 1 — §1,§2,§3
- M.S. Sokolov** (*Teaching Associate at State Governance and Management Department at Plekhanov Russian Academy of Economics, project and monograph coordinator*) — Introduction; Part 1 Chapter 2 — §2; Appendix
- A.V. Shishkin** (*PhD, Professor, head of Scientific Research Institute at Plekhanov Russian Academy of Economics, financial and project manager*)
- V. P. Kurenkova** (*Candidate for PhD, Associate Professor at Trade Department at Plekhanov Russian Academy of Economics*) — Part 1 Chapter 1 — §3; Chapter 2 — §1
- A.V. Rzhakova** (*Candidate for PhD, Associate Professor at Commodity Research and Commodity Examination Department at Plekhanov Russian Academy of Economics*) — Part 2 Chapter 1 — §1,§2; Chapter 2 — §1,§2,§3; Chapter 3 — §1,§2,§3
- V.P. Karagodin** (*Candidate for PhD, Associate Professor at Commodity Research and Commodity Examination Department at Plekhanov Russian Academy of Economics*) — Part 2 Chapter 1 — §1,§2; Chapter 2 — §1,§2,§3; Chapter 3 — §1,§2,§3
- G.N. Chernukhina** (*Candidate for PhD., Senior Teacher at Entrepreneurship Department at Moscow Academy of Entrepreneurship related to Moscow Government*) — Part 1 Chapter 1 — §2, §3, §4
- N.A. Denisov** (*candidate for PhD, Senior Researcher, Deputy Director of «Russian Center for Quality of Life»*) — Part 3 Chapter 1 — §1,§2
- E.V. Abramova** (*Head of the Regulatory Office at the Department for Commodity Market and Service*) — Part 4 Chapter 1 — §3
- E.A. Nadeina** (*Secretary responsible for «Commodity Market» Section at the Union of Russian Cities*) — Part 4 Chapter 2 — §1,§2,§3; Appendix 4
- O.N. Voronina** (*MSc, Teaching Associate at State Governance and Management Department at Plekhanov Russian Academy of Economics, interpreter*) — Preface; Introduction; Conclusion

Содержание

Предисловие	10
Введение	15
РАЗДЕЛ 1. ТОРГОВЛЯ	
Глава 1. Развитие потребительского рынка	18
§ 1. Объект регулирования.....	18
§ 2. Регулирование торгового предпринимательства.....	31
§ 3. Участие органов государственной власти и органов местного самоуправления в регулировании потребительского рынка	38
§ 4. Приоритетные направления развития торгового предпринимательства	43
Глава 2. Регулирование взаимодействия сетевой торговли и отечественных производителей (на примере продовольствия).....	49
§ 1. Требования, предъявляемые к организациям-поставщикам.....	49
§ 2. Сценарии развития розничных сетей.....	55
РАЗДЕЛ 2. ТОВАРЫ.....	60
Глава 1. Мясные, рыбные, молочно-жировые товары	62
§ 1. Состояние отрасли и отечественного рынка	62
§ 2. Формирование ассортимента в предприятиях сетевой розничной торговли	68
Глава 2. Товарная группа: свежие плоды, овощи, грибы.....	81
§ 1. Состояние отрасли и тенденции развития отечественного рынка ..	81
§ 2. Основные факторы, влияющие на выбор поставщиков отделами закупки сетевой торговли	93
§ 3. Сравнительный анализ характеристик плодоовощных товаров, поставляемых в магазины торговой сети «Рамстор» и «Перекресток».....	94
Глава 3. Кондитерские и зерномучные товары, напитки.....	97
§ 1. Состояние отрасли и отечественного рынка	97
§ 2. Сравнительный анализ продаж и характеристика шоколада российских и зарубежных компаний в магазинах «Копейка» и «Мой магазин»	115
§ 3. Оценка важности потребительских критериев плиточного шоколада, влияющих на выбор покупателя	116
РАЗДЕЛ 3. ПОТРЕБЛЕНИЕ	
Глава 1. Потребление товаров и услуг в разных доходных группах населения.....	120
§ 1. Особенности потребления разных доходных групп населения.....	120
§ 2. Динамика потребления продуктов питания в XXI веке	125

§ 3. Экономика потребления и потребители	127
§ 4. Национальная модель потребления (на примере питания)	134

РАЗДЕЛ 4. ОСНОВЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТОРГОВЛИ

Глава 1. Концепция Федерального закона

«О розничной торговле»	138
§ 1. Идея Концепции ФЗ «О розничной торговле»	138
§ 2. Конструкция Концепции ФЗ «О розничной торговле»	139
§ 3. Варианты Концепции ФЗ «О розничной торговле»	144

Глава 2. Предложения субъектов Российской Федерации

по регулированию розничной торговли	150
§ 1. Опыт правового регулирования розничной торговли в субъектах РФ	150
§ 2. Предложения по структуре и содержанию Закона «О розничной торговле»	200
§ 3. Предложения по внесению изменений в действующее законодательство	203

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ	210
--------------------------------	-----

ПРИЛОЖЕНИЯ	215
-------------------------	-----

Приложение 1 Федеральный закон от 30 декабря 2006 г. № 271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации»	215
Приложение 2 Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства»	238
Приложение 3 Розничные торговые сети по продаже продуктов питания и сопутствующих товаров (FMCG) в России	254
Приложение 4 Структуры, регулирующие и координирующие процессы на потребительском рынке субъектов Российской Федерации	263
Приложение 5 Информационное обеспечение исследовательских работ	269
Приложение 6 Развитие крупных розничных сетей (по материалам периодической печати)	278
Приложение 7 Развитие отечественных товаропроизводителей (по материалам периодической печати)	289
Приложение 8 Последние события в торговле (по материалам периодической печати)	306

LIST OF CONTENTS

PREFACE

INTRODUCTION

Part 1. TRADE

Chapter 1. Commodity Market Development

§1. Regulation Object

§2. Commercial Business Regulation

§3. State and Local Government Participation in regulation of Commodity Market (case study of Moscow area)

§4. Priorities in Developing Commercial Business

Chapter 2. Regulation of Cooperation between Chain Trade and Russian Manufacturers (case study of food market)

§1. Requirements for Suppliers

§2. Scenario of chains development

Part 2. GOODS

Chapter 1. Meat, Fish, Milk.

§1. The Sector and the Market State Today

§2. Assortment Forming by chain retailers

Chapter 2. Commodity Group: Fruit, Vegetables, Mushrooms

§1. The Sector and the Market State Today

§2. Factors for Purchasing Department of Retailors to Consider in order to Influence Suppliers' Choice

§3. Comparative Analysis of characteristics of fruit and vegetables supplied in «Ramstor» and «Perekrestok» chains.

Chapter 3. Pastries and Confectionary, Soft Drinks

§1. The Sector and the Market State Today

§2. Comparative Analysis of Characteristics and Sales of Russian and Imported Chocolate in «Copeck» u «Moy Magazin».

§3. Evaluation of Importance of Consumer's Criteria Defining Their Choice of Bars of Chocolate

Part 3. CONSUMPTION

Chapter 1. Consumption of Goods and Services by Different Layers of Society

§1. Differences in Consumption of Various Groups of Population

- §2. *Food Consumption Dynamics in XXI century*
- §3. *Consumption Economics and Consumers*
- §4. *National Consumption Model (case study of nourishment)*

Part 4. TRADE REGULATION

Chapter 1. Principal Concepts of the Federal Law «About Retailing»

- §1. *General Ideas*
- §2. *Construction*
- §3. *Various Options*

Chapter 2. Proposals of Subjects of the Russian Federation for Retail Trade Regulation

- §1. *Their Experience of Retail Trade Regulation*
- §2. *Proposals of Structure and Content of the Law «About Retail Trade»*
- §3. *Proposals for Inclusion of Changes in the Acting Law*

CONCLUSION

APPENDIX

Analytics and Data

Appendix 1. *The Russian Federation Federal Law dated 30-12-2006 N 271-“About Retail Markets and inclusion of changes to The Russian Federation Labour Code*

Appendix 2. *The Russian Federation Federal Law dated 29-12-2006 № 264-“About Agricultural Development”.*

Appendix 3. *FMCGin Russia.*

Appendix 4. *Agencies that Regulate and Coordinate the Processes at the Commodity Market in Russia*

Appendix 5. *Information Support of Research.*

Appendix 6. *Large Retail Chains Development (periodical press review)*

Appendix 7. *Russian Commodity Manufacturing Development (periodical press review).*

Appendix 8. *Recent Events in Trade (periodical press review).*

Предисловие

Для РЭА им. Г.В. Плеханова 2007 год является особым, юбилейным. 19 февраля 1907 г. императорским указом было положено начало создания учебных заведений, которые послужили первым шагом к созданию современной РЭА им. Г.В. Плеханова. Это знаменательное событие произошло благодаря прозорливости известных московских предпринимателей, таких как А.С. Вишняков, много сделавшего для становления и развития коммерческого образования и предпринимательства в России.

Создание первой российской экономической школы непосредственно связано и с именем С.Ю. Витте, бывшего в то время Министром финансов и почетным председателем Московского общества распространения коммерческого образования. Именно это общество и будет в последствие способствовать проведению первого в России коммерческого высшего учебного заведения.

Со 100-летием нашей Академии сочетается 20-летие нового российского предпринимательства. Ведь многие профессора и выпускники Плехановки были непосредственными участниками создания первых кооперативов, частных предприятий в производстве и строительстве, инициаторами развития аренды и индивидуальной трудовой деятельности.

20 лет назад в 1987 г. были приняты тогда еще советским правительством решения о поддержке и развитии кооперативов, арендных форм и индивидуальной трудовой деятельности. Прогрессивную роль сыграл принятый в 1988 г. закон «О кооперации», который фактически заложил правовые основы открытия частных предприятий. Это была первая фаза легализации значительных капиталов, накопленных еще в советское время. Открылось окно новых возможностей для предпринимчивых, инициативных людей, которые давно ждали своего часа.

Рост числа кооперативов, малых форм организации предпринимательства и строительства в 1988—1991 гг. по темпам выпуска продукции, роста прибыли значительно опережал доминировавшие в тот период крупные формы производства. Это был шанс для укоренения и прорыва частного предпринимательства, кооперативов и индивидуальной трудовой деятельности. Легализация капиталов сочеталась с первоначальным их накоплением. Многие крупные бизнес-структуры, нефтяные и газовые корпорации, финансовые компании и коммерческие банки «выросли» именно из кооперативов, совместных предприятий и цен-

тров научно-технического творчества молодежи. Были и такие интересные начинания.

В 2006 г. число малых предприятий в России приблизилось к миллионному рубежу. Почти 60% из них это – торговля, массовое питание, сервис. Совместно с индивидуалами малые предприятия как юридические лица создают 12—16% ВВП, значительную часть которого еще, к сожалению, погружена в теневую экономику и даже, криминализована. Предпринимательское сообщество не только самоочищается, но и ожидает эффективной государственной поддержки, а от законодателей – скорейшего принятия закона о малом и среднем предпринимательстве, который должен быть сопряжен с законом о торговле.

Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова известна не только в стране, но и во всем мире своими серьезными разработками в области торговли, товароведения и потребления.

Данная монография объединяет представителей нескольких кафедр Академии: государственного управления и прикладного менеджмента, торгового дела, товароведения и товарной экспертизы, которые на протяжении двух лет вели совместные исследования по заказу Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации, выиграв конкурсы на выполнение научно-исследовательских работ. В разработках принимал активное участие партнер нашей Академии – кафедра коммерческого права Московского Государственного Университета им. М.В. Ломоносова.

Новая монография «Торговля – Товары – Потребление: правовое и экономическое регулирование» завершает разработку второго этапа их научных исследований, продолжая стратегическую линию РЭА им. Г.В. Плеханова в год 100-летия Академии.

*Т. П. Данько
Проректор по учебной работе РЭА им. Г.В. Плеханова,
профессор, доктор экономических наук,
заслуженный работник высшей школы РФ*

Авторы выражают благодарность за поддержку научно-исследовательской работы (проекта) и серьезные критические замечания заместителю Министра экономического развития и торговли Российской Федерации *Белузову А.Р.*, директору Сводного департамента макроэкономического прогнозирования Минэкономразвития России *Клепачу А.Н.*, заместителю начальника отдела Прогнозов сектора домашних хозяйств и потребительского рынка Сводного департамента макроэкономического прогнозирования Минэкономразвития России *Кузнецовой Н.Н.*, а также консультантам отдела Прогнозов сектора домашних хозяйств и потребительского рынка Сводного департамента макроэкономического прогнозирования Минэкономразвития России *Супониной В.В.* и *Булах Т.И.*

За методологическую и организационную помощь в подготовке проекта и монографии авторы благодарят ректора Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова, профессора, д.э.н., заслуженного деятеля науки РФ *Видяпина В.И.*, первого проректора Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова, профессора, д.э.н. *Белянского В.П.*, помощника ректора Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова *Косареву О.А.*, генерального директора – ректора корпоративного энергетического университета РАО «ЕЭС России» *Петрикова М.М.*

Авторский коллектив благодарит рецензентов проекта и монографии директора Института экономики и финансов «Синергия» профессора, д.э.н. *Иоффе М.Я.*, заведующего секцией малого и среднего предпринимательства, ведущего научного сотрудника Института государства и права РАН, к.ю.н. *Супатаева М.А.* и профессора кафедры Предпринимательского (хозяйственного) права МГЮА, д.ю.н. *Андрееву Л.В.*

За техническую помощь в подготовке проекта и монографии авторы благодарят сотрудников кафедры Государственного управления и прикладного менеджмента Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова *Державского Д.М.* и *Мурашову Е.Н.*, а также преподавателя кафедры Государственного управления и прикладного менеджмента Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова *Воронину О.Н.* за перевод материалов монографии на английский язык.

Preface

For Plekhanov Russian Academy of Economics the year 2007 is special, commemorating the 100th anniversary. February 19th, 1907 the Emperor signed a decree marking the beginning of a long history of this institution. This remarkable event was made possible thanks to the vision of renowned Moscow entrepreneurs such as e.g. A.S. Vyshnakov who did a lot to help develop commercial education and entrepreneurship in Russia.

The foundation of the first Russian Economics School is directly related to S.Y. Vitte, the Minister of Finance at the time and the honorable head of Moscow Society for the Development of Commercial Education. This Society in particular would be conducive to negotiate the foundation of the first commercial high school in Russia.

With the hundred years of our Academy comes twenty years of the new Russian Entrepreneurship. Professors and alumni of the Plekhanov Academy not only took part in forming first cooperatives and private businesses in manufacturing and real estate, but also developed lease initiative and individual enterprise.

20 years ago, in 1987, a decision to support and develop cooperatives, rent forms and individual enterprises was taken by then the Soviet government. The Law “About Cooperation” dated 1988 played a progressive role in establishing private enterprises. This was the first stage to legalize significant capitals which were accumulated in Soviet times. A window of opportunities for enterprising people that waited for this event for so long was finally open.

The growth of cooperatives, small businesses and real estate agents during 1988—1991 was higher than the growth of manufacturing; while the profits that the first group obtained were higher than those in large, yet domineering enterprises. This was a chance for some acceleration and a breakthrough for private enterprises, cooperatives and individual entrepreneurs. The legalization of capitals was faced with its initial accumulation. Many large businesses, oil and gas corporations, financial services and commercial banks “grew” exactly out of the cooperatives, individual enterprises and “research centers for the young”. Yes, there were such odd beginnings at the time.

In 2006 the total number of small enterprises in Russia was close to a million. Almost 60% of them are trade companies, food manufacturers and services. Together with individuals small businesses that are registered as legal entities produce 12—16% of GDP, most of, unfortunately, is involved in so-called “black” market and thus, stays invisible. Entrepreneurs fight with

this problem on their own, but they expect Russian government to provide effective state support and immediate passing of laws about SME and Trade.

Plekhanov Russian Academy of Economics is prominent in the sphere of trade, consumption and commodity research not only in our country but also worldwide.

This monograph brings together faculty from several departments: State Governance and Management, Trade, Commodity Research and Examination, all of which conducted a joint 2-year research after getting an order from the Ministry of Economic Development and Trade of the Russian Federation. Faculty from those departments had also won several contests of research works. Commercial Law Department at Lomonosov Moscow State University is our partner and it played an active role in this research.

The new monograph «Trade – Commodities – Consumption: legal and economic regulation» is closing the second session of research within the strategic line of research by Plekhanov Russian Academy of Economics in commemoration of its 100th anniversary.

T.P. Danko

*Pro-rector of Plekhanov Russian Academy of Economics,
Professor, PhD, veteran of high school in Russian Federation*

Введение

2007 год – особенный год не только для коллектива Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова, но и для развития общества и экономики. На протяжении 100 лет профессора и преподаватели Академии готовят ведущих специалистов в области экономики, управления, торговли, товароведения и потребления; активно проводятся научно-исследовательские работы.

Сегодня темпы роста ВВП составляют около 7%, развивается социальная сфера путем разработки четырех приоритетных национальных проектов: «Здоровье», «Образование», «Доступное и комфортное жилье – гражданам России», «Развитие АПК».

В конце 2006г. правительство приняло решение о разработке закона «О торговле». Это – необходимый шаг, т.к. потребительский рынок и торговля определяют высокие темпы роста социально-экономического развития. Но в развитии потребительского рынка были определенные сложности и противоречия.

Во-первых, был деформирован сегмент производства и продажи алкогольной продукции, что привело к значительным потерям прибыли у производителей и доходной части бюджетов различных уровней.

Во-вторых, была сделана попытка регулирования ситуации на розничных рынках – принят Федеральный закон от 30 декабря 2006 г. № 271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации». Его реализация сопровождается подготовкой серии подзаконных актов. Данный процесс идет непросто; с 1 апреля торговля рядом групп товаров мигрантами либо ограничивается, либо запрещается (лекарства, водка). Требуется избежать дестабилизации на потребительском рынке, что прямо может сказаться на социально-экономическом развитии страны и отдельных регионов.

Для решения правовых проблем в МЭРТ РФ создана межведомственная рабочая группа, которой поручено подготовить закон «О торговле».

Коллективное межфакультетское исследование Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова завершается подготовкой монографии «Торговля – Товары – Потребление: правовое и экономическое регулирование» по материалам разработок.

Данная монографии направлена на методологическое и информационно-аналитическое обеспечение разработки закона «О торговле» и может оказаться полезной для специалистов, исследователей, аспирантов и студентов.

А.В. Орлов
Руководитель проекта и монографии

М.С. Соколов
Координатор проекта и монографии

INTRODUCTION

The year 2007 is special not only for the staff of Plekhanov Russian Academy of Economics but also for the development of the society and the field of economics in general. For one hundred years have professors and teachers of the Academy prepared leading experts in the areas of management, trade, economics, commodity research and consumption, while actively conducting research.

Today the growth rate of GDP in Russia is approximately 7%, the social sphere is being developed based on four national priority projects: «Health», «Education», «Affordable and Comfortable Accommodation to all citizens of Russia», and «Agricultural Development».

At the end of 2006 Russian government took a vital decision to draft the Law «About Trade». This is necessary due to the high rate of growth of the socio-economic development stipulated by changes in trade and the consumer market. In our analysis we found some obstacles and antagonisms in the recent developments of the consumer market.

Firstly, the manufacturing segment of the market, as well as that of alcohol sales was deformed; this led to substantial profit losses for manufacturers and income parts of budgets at various levels.

Secondly, the Federal Law dated 30-12-2006 N 271- «About Retail Markets and the Inclusion of Changes to the Russian Federation Labour Code» has made an attempt to regulate the situation on the retail market. Its realization is accompanied with a series of laws. This makes the process burdensome; since April 1st migrants are either restricted or forbidden to sell a group of commodities like e.g. pharmacy or vodka. We assume that certain stabilization of the consumer market is required. This may have a direct impact on socio-economic development of our country and its regions.

In order to solve potential problems the Ministry of Economic Development and Trade launched a group that shall prepare the Law «About Trade».

Collective cross-disciplinary research at Plekhanov Russian Academy of Economics is published in the monograph «Trade – Commodities – Consumption: legal and economic regulation».

This monograph is aimed to provide help in formulation of the Law «About Trade». It offers a profound analytical review of the question under scrutiny and may be useful for experts, researchers, students and PhDs.

A.V. Orlov
Monograph and Project Manager
M.S. Sokolov
Monograph and Project Coordinator

РАЗДЕЛ 1. ТОРГОВЛЯ

Глава 1. Развитие потребительского рынка

§ 1. Объект регулирования

С развитием потребительского рынка, розничной торговли, розничных сетей и других форматов торговли связано создание и реализация примерно 25% ВВП.

Последние годы, особенно в 2005—2006 гг., повышение темпов реализации потребительских благ (товаров и услуг) в значительной мере было связано с высокими темпами роста денежных доходов населения, а также – с наращиванием производства отечественной продукции, включая совместные производства, и импорта. Это позволило ряду экспертов говорить о преддверии или, даже, первой фазе потребительского бума, несмотря на достаточно еще высокий уровень реальной инфляции.¹ Реальная инфляция, выражающаяся в росте потребительских цен на товары и услуги, порождена как монетарными факторами с учетом бивалютности денежной системы и укреплением рубля, так и проявлением в 2005—2006 гг. инфляции в скрытой и ползучей формах. Организационные сбои и Инфляционные всплески сказались на таких сегментах инвестиционного и потребительского рынка, как металлы, недвижимость, строительные материалы, жилье, соль, сахар, мясо, бензин, алкоголь, табачные изделия. При имевших место инфляционных всплесках (соль, сахар, мясо, бензин), и серьезных организационных сбоях в июле — октябре 2006 г. в сегменте вино-водочной продукции (ЕГАИС, изъятие из продажи низкокачественных молдавских и грузинских вин), сокращении поставок норвежских рыбопродуктов, латвийских шпрот) в развитии потребительского рынка и розничной торговли на фазе перехода российской экономики от стабилизации к росту проявляют себя устойчивые закономерности и тенденции.

¹ Рост экономики в августе-октябре 2006г., по данным МЭРТ РФ и Центра экономической конъюнктуры, в значительной мере был связан с увеличением инвестиций, загрузкой мощностей и торговлей.

Первое. Постепенное снижение доли продовольствия и продуктов питания в общем объеме розничных продаж (с увеличением удельного веса массового, внедомашнего питания).

Второе. В объемах продаж продовольствия повышается удельный вес мяса и мясoproдуктов, молочной продукции, овощей и фруктов. В то же время снижается доля продаж и потребления хлеба, хлебопродуктов и картофеля.

Третье. Относительно повышаются объемы и доли продаж мебели, бытовой электроники, строительно-ремонтных материалов. Несколько замедлились темпы реализации легковых автомобилей, идет замещение марок и моделей на менее энергоемкие, менее габаритные, более безопасные, комфортные и насыщенные электроникой, в основном иностранного производства. В то же время уровень продажи внедорожников остается достаточно высоким и устойчивым.

Четвертое. Высокими темпами, выше среднерыночных, развивается продажа и обновление марок (моделей) мобильных (сотовых) телефонов, ноутбуков, соответствующих аксессуаров. Этот сегмент рынка, включая услуги сотовых операторов, в 2004-2006гг. растет взрывными темпами.

Пятое. Повысились темпы продаж изделий бытовой химии и парфюмерно-косметических товаров. Ряд спиртосодержащих позиций в этих группах играли определенную замещающую роль в июле-ноябре 2006. по отношению к низкокачественному алкоголю.

Шестое. В группе одежды и обуви сохраняется высокие темпы продаж товаров молодежной моды и спортивного направления.

Седьмое. В 2006 г. в покупках низкодоходных и среднедоходных групп населения преобладали китайская, вьетнамская, турецкая обувь, одежда, трикотажные и чулочно-носочные изделия, посуда, подарки, а также товары совместного, отечественного и белорусского производства.

Восьмое. Доля фальсификата, контрафактной и контрабандной продукции, несмотря на внешние формы усиления контроля, принципиально не снизилась ни в одной из товарных групп (алкоголь, кондитерские, парфюмерно-косметические изделия, товары бытовой химии, лекарства, мобильные телефоны, DVD и т.п.) Например, среди лекарств продажа фальсификата, контрафакта и контрабанды, по данным Роспотребнадзора, составляет 10-12% или около 300 млн. руб.

Девятое. Во второй половине 2006г., особенно в октябре – декабре, началось активное переключение части денежных доходов населения с продуктовых и универсальных рынков на розничные сети, супермаркеты, магазины пешеходной (пошаговой) доступности и т.д.

Десятое. Более интенсивное переключение спроса и закономерности (тенденции) в развитии потребительского рынка и торговли проявляли себя в столицах – Москве и Санкт-Петербурге, ведущих субъектах Российской Федерации – лидерах – Московской, Ленинградской областях, Екатеринбурге и Свердловской области, Нижегородской области, Татарстане, Башкортостане и т.д.

В этих же регионах накоплен положительный опыт разработки целевых программ и правового регулирования торговли.

Объектом правового регулирования выступают: розничная торговля, отношения участников потребительского рынка, современные форматы торговли, разнообразная торговая деятельность.

Концепция – свод основных идей, целевых установок, теоретико-методологических положений, элементов структуры (разделов, глав), на базе которой строится разработка закона.

Методология исследования – сочетание целей, задач, основных положений и методики исследования.

Потребительский рынок – сфера отношений по поводу купли и продажи товаров и услуг в основном для конечного потребления.

Торговля – сочетание оптово-распределительных операций, дистрибуции, логистики и розничной реализации; система различных видов деятельности, позволяющая довести произведенные и импортируемые товары (и услуги) до стадии конечной реализации — потребителя.

Розничная торговля – часть сферы потребительского рынка, торговая деятельность, связанная непосредственно с конечной реализацией через розничные сети (гипермаркеты, супермаркеты, универмаги и т.п.) товаров и услуг потребителям.

Товары потребительского назначения – материальные блага, способствующие удовлетворению конечных физических и иных потребностей населения.

Потребительские услуги, осуществляемые в материальной и нематериальной формах — действия (операции), способствующие конечной реализации товаров, повышению социально-экономической эффективности конечного потребления. Вместе с товарами образуют новую, более высокую полезность благ.

Полезность товара (услуги) – подтверждаемая на потребительском рынке и в процессе конечного потребления объективная и субъективная необходимость для потребителя товаров и услуг.

Товаропроизводитель – юридическое лицо, корпорация, холдинг, малое и среднее предприятия, выпускающие продукцию потребительского назначения.

Фальсификат – производство и продажа низкокачественного продукта (лекарства, товары)

Контрафактная продукция – незаконное использование известной товарной марки (бренда) для выпуска и продажи заменителей.

Контрабанда – нелегальный ввоз в страну и продажа товаров иностранных изготовителей.

Потребление – процесс удовлетворения потребностей в товарах и услугах; конечная и одновременно пусковая фаза воспроизводственного процесса.

Доходные группы – различные по численности социально-экономические и профессиональные группы населения (потребителей), дифференцированные по уровню денежного и реального доходов.

Пищевая ценность – совокупность свойств пищевого продукта, при наличии которых удовлетворяются физиологические потребности человека в необходимых веществах.

Безопасность пищевых продуктов – состояние обоснованной уверенности в том, что пищевые продукты, при обычных условиях их использования не являются вредными и не представляют опасности для здоровья нынешних и будущих поколений.

Показатель качества продукции – это качественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих её качество.

Качество продукции – совокупность свойств продукции, обуславливающих её пригодность удовлетворить определенные потребности в соответствии с её назначением.

Ассортимент товаров — набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков.

Потребительские свойства – свойства товаров, обуславливающие их пригодность удовлетворить определенные потребности потребителей и проявляющиеся в процессе эксплуатации или потребления.

Конкурентоспособность – уровень соотношения комплексного показателя качества к цене относительно базового образца.

С момента выхода Указа Президента России № 65 от 29 января 1992 года «О свободе торговли» прошло 14 лет. Указ носил чисто политический конъюнктурный характер. Снимая максимум организационных и правовых ограничений, «Указ» не предусматривал реально действующего управленчески — контрольного и регулирующего механизма в условиях отпуска цен, как начального этапа шоковой хирургии (без социальной анестезии). Указ развязывал инициативу граждан как мел-

ких (индивидуальных) предпринимателей, способствовал взрыву розничной торговли с рук (коленок, ящичков), ларьков, базаров и т.д. с целью самообеспечения граждан и привлечения дополнительных товарных ресурсов из ЛПХ, а также с помощью челночных рейсов в страны СНГ, Турцию, Китай. Указ способствовал криминализированному становлению мелкооптовой базарно-рыночной торговли в городах, а также теневым спекулятивным сделкам.

Принимавшиеся далее законы, постановления и другие нормативные правовые акты, относящиеся к тем или иным сторонам функционирования потребительского рынка и торговли, решали лишь отдельные, частные вопросы, не охватывая всей многогранной проблематики важнейшей сферы экономики и жизнедеятельности общества.¹ Так, Федеральный Закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации (ФЗ №88 от июня 1995 г.) затрагивал только отдельные аспекты оптовой и розничной торговли на этапе разрушения старой советской системы управления (в условиях гиперинфляции) в части критериев субъектов малого предпринимательства.

Еще в советское время в 1987-1991 гг., после введения «Закона о кооперации», теневые (криминализованные) структуры при легализации капиталов пришли в розничную и оптовую торговлю. Это был этап первоначального накопления и легализации в торговле теневых (артельных, подпольных) и криминальных капиталов.

Ваучерная приватизация постепенно охватила, со всеми негативными последствиями, оптовую и розничную торговлю. Отрицательную роль сыграли особые, непродуманные формы разграничения полномочий Федерального центра и субъектов РФ — под девизом «берите суверенитетов, кто сколько сможет».

После «захватов» на этой стадии приватизации оптовых баз, холодильников, складов, универмагов, рынков, торговых домов и универсамов встал вопрос о постепенном развитии и стабилизации торговой деятельности. Этот этап начался в 1999-2000 гг. и нашел отражение в гражданском, налоговом, бюджетном, уголовном, административном, трудовом и других кодексах.

Торговля, розничные сети, массовое питание, «фаст фуды», рестораны, мелкооптовые рынки шли во втором эшелоне передела собст-

¹Вместо Министерства торговли был создан Комитет по торговле, как орган разработки и осуществления отраслевой политики и регулирования в этой сфере.

венности после нефти, газа, машиностроения, легкой и пищевой промышленности, строительства.

На этапе же развития, роста и подъема экономики, когда более 25% ВВП зависят от потребительского рынка и торговли, необходим свой базовый закон с постепенным формированием пакета торговых Законов и выходом на подготовку «Торгового кодекса». Это подтверждает международная практика, по крайней мере, англо-саксонская модель государственного развития системы управления и регулирования.

Таблица 1

Валовой внутренний продукт (в текущих ценах)¹

Показатели	1995	2000	2001	2002	2003	2004
	Миллиардов рублей (1995 г. — трлн. руб.)					
Валовой внутренний продукт в рыночных ценах	1428,5	7305,6	8943,6	10817,5	13201,1	16778,8
в том числе:						
производство товаров	596,9	2939,6	3434,3	3971,3	4761,3	6133,8
из него:						
промышленность	372,1	2049,2	2258,4	2651,3	3161,3	4174,6
сельское хозяйство	95,6	420,2	525,5	558,4	635,2	753,0
строительство	121,3	428,8	589,0	670,2	854,3	1079,5
производство услуг	738,2	3590,8	4541,1	5779,8	7060,0	8605,7
рыночные услуги	591,6	3041,3	3798,1	4705,0	5758,1	7227,0
из них:						
<i>Торговля (оптовая, включая торговлю продукцией производственно-технического назначения розничная, внешняя), общественное питание и заготовки</i>	282,4	1545,5	1775,6	2155,6	2622,1	3274,2
транспорт и связь	162,4	586,4	717,5	875,3	1056,1	1284,1
нерыночные услуги	146,6	549,5	742,9	1074,8	1301,9	1578,7
косвенно измеряемые услуги финансового посредничества	-15,4	-58,2	-129,7	-179,3	-211,6	-303,3
Итого по отраслям в основных ценах	1319,7	6472,2	7975,8	9751,2	11821,3	14939,6
Чистые налоги на продукты	108,8	833,4	1097,5	1245,6	1591,4	2142,5

¹ Торговля в России.2005:Стат.сб./ Росстат.- М., 2006.,стр. 23

Таблица 2

**Инвестиции в основной капитал по отраслям экономики
(в фактически действовавших ценах)¹**

Показатели	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004
	млн руб. (1990, 1995 гг. — млрд. руб.)						
Инвестиции в основной капитал — всего	249,1	266974	1165234	1504712	1762407	2186365	2729834
<i>Оптовая и розничная торговля, общественное питание в том числе оптовая торговля продукцией производственно-технического назначения</i>	4,7	5355 1193	32673 6869	45305 8975	65631 9540	91684 23107	104224 21430
Промышленность	89,3	91928	448215	581755	655262	795925	948652
Сельское хозяйство	39,5	9284	31442	58357	77510	86887	109822
Лесное хозяйство	0,9	161	1179	856	511	635	676
Строительство	11,3	6727	45222	56714	81611	93411	117600
Транспорт	27,1	35367	245736	311215	302593	402938	554311
Связь	2,4	3663	30625	44375	60318	105122	155648
Заготовки	0,6	164	494	611	907	1621	2738
Информационно-вычислительное обслуживание	0,4	195	1497	1711	2869	2329	2283
Жилищно-коммунальное хозяйство	41,3	78634	209894	248694	329332	370272	426188
Здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение		7655	34244	42173	41195	53947	62277
Образование		4970	16019	22539	26053	31340	38601
Культура и искусство		2367	7441	11104	14126	24756	33332
Наука и научное обслуживание		1142	6138	8645	12941	15321	22941
Финансы, кредит, страхование, пенсионное обеспечение			9406	11732	16866	25263	33485
Управление			16869	21297	34889	41122	52223
В процентах к итогу							
Инвестиции в основной капитал — всего	100	100	100	100	100	100	100
<i>Оптовая и розничная торговля, общественное питание в том числе оптовая торговля продукцией производственно-технического назначения</i>	1,9	2,0	2,8	3,0	3,7	4,2	3,8
Промышленность	35,9	0,4	0,6	0,6	0,5	1,1	0,8
Сельское хозяйство	15,9	34,4	38,5	38,7	37,2	36,4	34,8
Лесное хозяйство	0,4	3,5	2,7	3,9	4,4	4,0	4,0
Строительство	4,5	0,1	0,1	0,1	0,03	0,03	0,02
Транспорт	10,9	2,5	3,9	3,8	4,6	4,3	4,3
Связь	0,9	13,2	21,1	20,7	17,2	18,4	20,3
Заготовки	0,2	0,9	2,6	2,9	3,4	4,8	5,7
Информационно-вычислительное обслуживание	0,2	0,1	0,04	0,04	0,1	0,1	0,1
Жилищно-коммунальное хозяйство	-	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
Здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение	16,6	29,5	18,0	16,5	18,7	16,9	15,6
Образование		2,9	2,9	2,8	2,3	2,5	2,3
Культура и искусство		1,9	1,4	1,5	1,5	1,4	1,4
Наука и научное обслуживание		0,9	0,6	0,7	0,8	1,1	1,2
Финансы, кредит, страхование, пенсионное обеспечение		0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8
Управление			0,8	0,8	1,0	1,2	1,2
			1,4	1,4	2,0	1,9	1,9

¹ Торговля в России.2005:Стат.сб./ Росстат.- М., 2006.,стр. 26

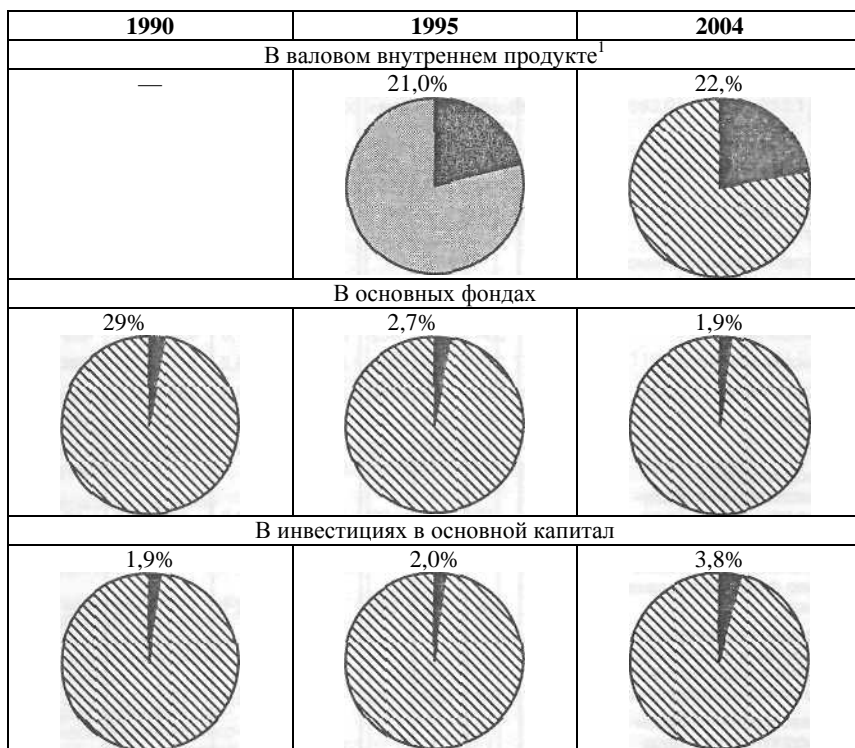


Рис. 1. Удельный вес отрасли «Торговля» в основных экономических показателях²

* * *

***Состояние розничной торговли в 2004 г.
(информационно-статистический обзор)***³

Состояние розничной торговли в 2004 г. характеризовалось следующими основными итогами:

- в формировании валового внутреннего продукта Российской Федерации доля розничной торговли составила 7,7% (против 8,2% в 2003 г.);

¹ В текущих основных ценах без снятия косвенно измеряемых услуг финансового посредничества

² Торговля в России.2005:Стат.сб./ Росстат.- М., 2006.,стр. 27

³ Торговля в России.2005:Стат.сб./ Росстат.- М., 2006.,стр. 64-70

- оборот розничной торговли по сравнению с 2003 г. увеличился (в сопоставимых ценах) на 12,5% (в 2003 г. по сравнению с 2002 г. — на 8,8%). Динамика потребительского спроса на протяжении января-декабря опережала показатели 2003 г., среднемесячный темп прироста товарной массы оборота составил 1,0% против 0,7% в 2003 г.;

- как и в предыдущие два года субъекты малого предпринимательства обеспечили около половины оборота розничной торговли (49,0%);

- стабильным ростом реальных располагаемых денежных доходов населения при некотором снижении доли доходов, направляемой на сбережения (+10,2% в 2004 г. против +12,7% в 2003 г., что в определенной степени стало следствием банковского кризиса лета 2004 г.); активизацией кредитования банками покупок населением товаров длительного пользования, что положительно сказалось на структуре покупок. Доля непродовольственных товаров в обороте розничной торговли увеличилась по сравнению с 2003 г. на 0,5 процентных пункта и составила 54,3%;

- товарные запасы оставались стабильными: уровень запасов в днях торговли в течение года составлял 34—36 дней;

- доля импортных товаров в объеме ресурсов оборота розничной торговли по сравнению с 2003 г. не изменилась и составила 43%;

- качество товаров, поступивших в 2004 г. на потребительский рынок, существенно не изменилось и по ряду товаров характеризовалось по результатам проверок высокой долей забракованной и сниженной в сортности продукции;

- ускорением роста цен на потребительские товары. В декабре 2004 г. по сравнению с декабрем 2003 г. индекс потребительских цен составил 110,3% (в 2003 г. — 109,8%);

- имело место некоторое улучшение финансового состояния крупных и средних организаций розничной торговли, их сальдированный финансовый результат составил +27,9 млрд. руб. и увеличился по сравнению с 2003 г. в 1,9 раза (в 2003 г. +10,4 млрд. руб. и по сравнению с 2002 г. снизился на 17,9%);

- в последние годы возросла инвестиционная привлекательность розничной торговли. Удельный вес инвестиций в розничную торговлю в общем объеме инвестиций в торговлю и общественное питание увеличился с 43,2% в 2002 г. и 49,0% в 2003 г. до 50,3% в 2004 г.

Доля розничной торговли (включая общественное питание) в формировании **валового внутреннего продукта** Российской Федерации за прошедший год несколько снизилась и составила 7,7% (в 2003 г.

— 8,2%). Вклад розничной торговли в ВВП был на 6 процентных пунктов ниже, чем оптовой торговли (14,1%). В **валовой добавленной стоимости**, создаваемой в торговле, на долю розничной торговли в 2004 г. приходилось 35,1% (в 2003 г. — 37,0%).

Таблица 3

Валовая добавленная стоимость торговли¹

Годы	В текущих ценах, млн. руб.	В процентах к предыдущему году	Удельный вес добавленной стоимости в общем объеме добавленной стоимости торговли. процентов	Удельный вес в ВВП в основных ценах ² , процентов
Оптовая торговля				
2001	1109901,1	101,8	62,7	13,9
2002	1338808,4	108,4	62,3	13,7
2003	1649422,1	112,5	63,0	14,0
2004 (оценка)	2120275,9	110,0	54,9	14,2
Розничная торговля³				
2001	660975,6	108,4	37,3	8,3
2002	811426,3	107,8	37,7	8,3
2003	967117,7	107,8	37,0	8,2
2004	11416852,0	110,2	35,1	7,7

Потребительский рынок в 2004 г. оставался стабильным. Оборот розничной торговли составил 5597,9 млрд. руб., или 112,5% (в сопоставимых ценах) к уровню 2003 г. Устойчивый рост розничной продажи товаров по сравнению с 2003 г. был характерен для всех месяцев 2004 г., в том числе с июня наблюдался ежемесячный прирост оборота розничной торговли по сравнению с предыдущим месяцем.

¹ Торговля в России.2005:Стат.сб./ Росстат.- М., 2006.,стр. 65

² ВВП в основных ценах в отличие от ВВП в рыночных ценах не включает налоги на продукты, но включает субсидии на продукты, включая общественное питание.

³ Включая общественное питание

Таблица 4

Оборот розничной торговли в 2004 г.¹

	Млрд. руб.	В процентах (в сопоставимых ценах)	
		к соответствующему периоду предыдущего года	к предыдущему периоду
Январь	396,5	109,9	81,4
Февраль	397,4	111,2	99,4
Март	433,6	111,3	108,4
квартал	1227,5	110,8	91,7
Апрель	435,6	111,9	99,7
Май	435,7	112,1	99,3
Июнь	440,5	111,8	100,2
квартал	1311,8	112,0	104,4
I. полугодие	2539,3	111,4	
Июль	459,8	112,8	103,6
Август	457,4	112,8	103,0
Сентябрь	483,9	112,6	101,1
квартал	1419,1	112,7	105,9
Январь-сентябрь	3958,4	111,9	
Октябрь	508,6	113,3	104,0
Ноябрь	521,2	114,1	101,4
Декабрь	609,5	114,2	115,6
квартал	1639,3	113,9	112,3
Год	5597,7	112,5	

С исключением сезонной составляющей поквартальные индексы физического объема оборота розничной торговли в 2004 г. составили:

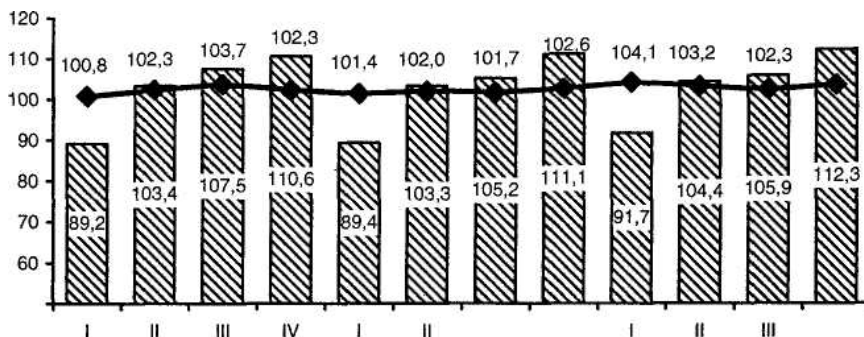


Рис. 2. Динамика оборота розничной торговли (в сопоставимых ценах; в процентах к предыдущему кварталу)²

¹ Торговля в России.2005:Стат.сб./ Росстат.- М., 2006.,стр.65

² Торговля в России.2005:Стат.сб./ Росстат.- М., 2006.,стр. 66

В структуре оборота розничной торговли сохраняется наметившаяся в 2000 г. тенденция снижения удельного веса продажи товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках. Доля рынков в объеме оборота розничной торговли сократилась с 23,7% в 2003г. до 22,1% в 2004г., торгующие организации формировали соответственно 76,3% и 77,9% оборота розничной торговли. Заметно снизилась роль рынков в обеспечении населения непродовольственными товарами.

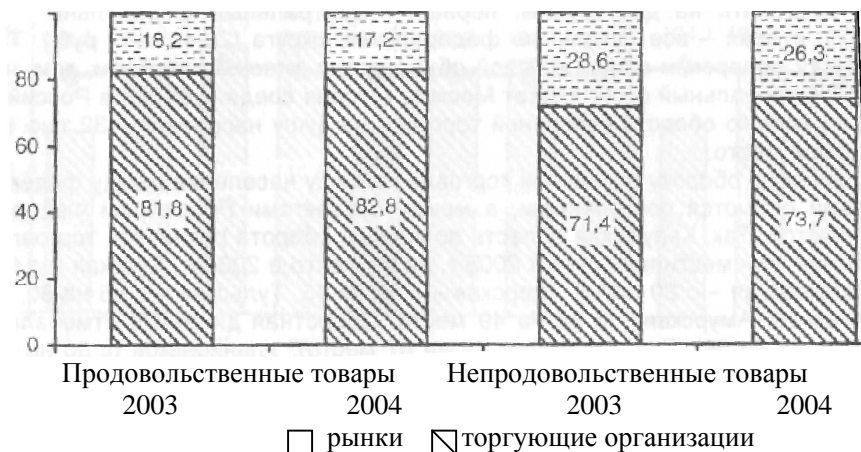


Рис. 3. Структура формирования оборота розничной торговли (в фактически действовавших ценах; в процентах к обороту розничной торговли по соответствующей группе товаров)¹

Прочное место в торговле занимает **малый бизнес**. Малые предприятия в 2004 г. сформировали 25% оборота розничной торговли, индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в стационарной торговле сети — 25%.

В 2004 г. в **негосударственном секторе** формировалось 97,3% оборота розничной торговли, в том числе в частном — 86,4%. В Ставропольском крае, республиках Коми, Адыгея, Дагестан, Ингушетия, Северная Осетия — Алания, Бурятия, Белгородской, Калужской, Костромской, Тамбовской, Астраханской, Волгоградской, Ростовской, Пензенской, Пермской, Самарской, Саратовской, Челябинской, Кемеровской, Омской, Томской областях на долю частной формы собственно-

¹ Торговля в России.2005:Стат.сб./ Росстат.- М., 2006.,стр. 68

сти приходилось 92-99% от всего оборота розничной торговли региона; в Тюменской области, Коми-Пермяцком, Ненецком, Ямало-Ненецком, Эвенкийском, Усть-Ордынском Бурятском, Чукотском автономных округах — менее 70%.



Рис. 4. Структура формирования оборота розничной торговли в 2004 г. (2003 г.)
(в фактически действовавших ценах; в процентах к итогу)¹

Таблица 5

Распределение оборота розничной торговли по формам собственности²

	2004		2003	
	млрд. руб.	в процентах к итогу	млрд. руб.	в процентах к итогу
Оборот розничной торговли	5597,7	100	4529,3	100
в том числе по формам собственности:				
Государственная и муниципальная	149,5	2,7	140,9	3,1
негосударственная	5448,2	97,3	4388,4	96,9
из нее частная	4835,5	86,4	3913,5	86,4

Рост покупательной способности населения положительно сказался на **структуре оборота розничной торговли**. Начиная с 2000 г. доля непродовольственных товаров сохраняется примерно на уровне 54%. В течение 2004 г. она возросла с 53,7% в I квартале до 55,2% в IV квартале.

¹ Торговля в России.2005:Стат.сб./ Росстат.- М., 2006.,стр. 69

² Торговля в России.2005:Стат.сб./ Росстат.- М., 2006.,стр. 70

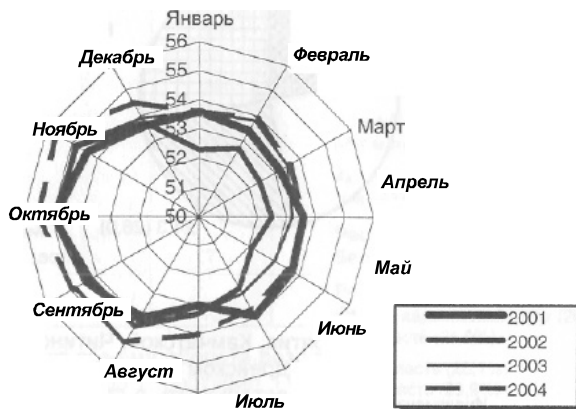


Рис. 5. Изменение удельного веса недовольственных товаров в обороте розничной торговли (в ценах соответствующего года; в процентах)¹

§ 2. Регулирование торгового предпринимательства

В основу концептуальных положений регулирования торгового предпринимательства в крупных городах положено понимание потребительского рынка как социально-экономической самоорганизованной системы, функционирующей и развивающейся на принципах рыночной модели экономики. Вмешательство органов государственной и муниципальной власти опирается, как правило, на экономические методы регулирования, но при этом достаточно активно используются административные инструменты управления процессом развития потребительского рынка в интересах всех социальных групп населения.

Необходимость регулирования потребительского рынка обусловлена особым социальным значением торгового предпринимательства, значительной дифференциацией населения по уровню доходов, несовершенством законодательного механизма регулирования торговой деятельности, неадекватностью статистической информации потребностям развития потребительского рынка, недостаточной профессиональ-

¹ Торговля в России.2005:Стат.сб./ Росстат.- М., 2006.,стр. 70

ной подготовкой предпринимателей, слабыми стимулами у коммерческих структур по удовлетворению потребностей населения в дешевых, но жизненно важных товарах.

В широком смысле управлять потребительским рынком это значит «планировать, организовывать, регулировать, координировать, осуществлять исследование, активизацию и контроль за формированием, поддержанием и изменением совокупности экономических отношений между продавцами и покупателями по поводу купли-продажи потребительских продуктов».¹

Механизм государственного регулирования должен опираться на ведущие принципы:

1. Отказ от хозяйственного управления торговыми предприятиями и ориентация на управление процессами, протекающими на потребительском рынке.

2. Сведение административного воздействия к нормативно-правовому регулированию.

3. Обеспечение равенства субъектов торговой деятельности независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности.

4. Признание необходимости централизации определенного комплекса организационно-экономических функций.

5. Четкое разделение функций между тремя уровнями системы государственного регулирования при сохранении на каждом из них общего подхода к проблеме государственного регулирования торговли в целом.²

Особую роль на потребительском рынке играют малые предприятия. Представители объединений предпринимателей в Обращении к Президенту РФ заявили: развитие малого предпринимательства возможно лишь при наличии политической воли государства сформировать для этого благоприятные социальные, экономические, правовые, политические и другие условия в рамках создания системы государственной поддержки малого предпринимательства.³

В части определения основных проблем, сдерживающих развитие предпринимательства в торговой сфере, выделим опорные концептуальные блоки системы регулирования потребительского рынка.

¹ Чаплина А.Н. Методология и методы управления потребительским рынком для городского населения. Автореф. дисс. на соиск. учен. степ. доктора эконом. наук. – СПб., 2003. С.15.

² Егоров В.Ф. Организация торговли: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2004. С11.

³ Придать развитию малого предпринимательства статус национального проекта. Обращение объединений предпринимателей к Президенту Российской Федерации В.В. Путину//Бизнес для всех, №20, май, 2006. С.7.

Блок 1. Вопросы, относящиеся к компетенции федерального уровня законодательной и исполнительной власти:

- законодательная и нормативная база, определяющая условия функционирования торговых организаций;
- налоговая система, минимизирующая затраты и усилия по ведению документации для фискальных органов и не требующая профессиональной специальной подготовки в этой области, особенно для представителей малого и среднего бизнеса;
- сокращение контрольно-разрешительных функций административных органов;
- создание специализированных органов, обеспечивающих реализацию государственной политики поддержки предпринимательства;
- государственные программы по поддержке малого и среднего предпринимательства;
- эффективное обеспечение безопасности, как личности, так и собственности предпринимателя.

Блок 2. Вопросы, относящиеся к компетенции регионального уровня законодательной и исполнительной власти:

- создание специализированных органов, обеспечивающих реализацию государственной политики поддержки предпринимательства регионального уровня;
- организация инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса (консультационные, информационные, учебные центры, государственные и частные фонды, кредитные учреждения, бизнес-инкубаторы и другие обслуживающие структуры);
- региональные программы развития торгового предпринимательства.

Блок 3. Вопросы, относящиеся к компетенции муниципального уровня:

- финансовая поддержка торгового предпринимательства (муниципальные бюджетные и внебюджетные фонды, содействие привлечению инвестиций, в том числе зарубежных инвесторов);
- имущественная поддержка торгового предпринимательства (выделение земельных участков, муниципальных помещений);
- муниципальные программы развития торгового предпринимательства.

Цель реализации концептуальных положений по регулированию торгового предпринимательства – повышение социально-экономической эффективности торговой сети как предпосылки роста уровня и качества жизни населения города.

Концепция регулирования торгового предпринимательства должна опираться в своих положениях на макроэкономические функции потребительского рынка:

- системообразующую (институциональную);
- целевую (максимальное – по количеству и качеству — удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах);
- воспроизводственную (обеспечение кругооборота фаз общественного воспроизводства: производство – распределение – обмен — потребление);
- регулируемую (позволяющую сочетать интересы общества, предпринимателей и потребителей).

Содержательная часть Концепции должна включать подходы к регулированию торгового предпринимательства по следующим направлениям: стимулирование предпринимательской деятельности; обеспечение условий для цивилизованной конкуренции; защита прав потребителей, гарантированное обеспечение населения основными продуктами питания и товарами первой необходимости. Для осуществления процесса регулирования торгового предпринимательства необходимо:

- установить требования к нормативно-правовой базе торгового предпринимательства;
- определить направления организационно-экономической поддержки малого торгового предпринимательства;
- разработать методические подходы к формированию сети предприятий торговли в городе и созданию механизма контроля за осуществлением данного процесса в муниципальных районах;
- обосновать критерии для отбора предприятий, участвующих в реализации программы поддержки социально незащищенных категорий граждан за счет городского бюджета;
- разработать нормативные акты и положения, позволяющие определять источники и условия формирования внебюджетных инвестиционных фондов для финансирования развития социально значимых предприятий сферы обращения;
- создать эффективный механизм контроля качества товаров и услуг, предусматривающий координацию деятельности всех государственных и муниципальных структур, участвующих в этом процессе;
- определить систему мер, развивающих стремление предприятий к использованию современных технологий торгового процесса, и, особенно, информационных технологий;
- разработать долгосрочную экономическую политику по привлечению иностранного капитала к инвестированию предприятий сфе-

ры обращения и к реинвестированию части полученной прибыли в развитие торговых предприятий, имеющих социальную значимость;

- принять условия предоставления долгосрочных кредитов из средств городского бюджета предприятиям торговли, участвующим в программе социальной поддержки населения, для развития и укрепления материально-технической базы, а также финансовых гарантий коммерческим банкам, предоставляющим долгосрочные кредиты таким предприятиям для капитальных вложений.

Для регулирования торгового предпринимательства в большинстве стран создаются специальные управленческие структуры, которые наделены необходимыми полномочиями и функциями для достижения общественно значимых целей развития потребительского рынка. Например, в Японии¹ в 2001г. создан «Совет по стратегии развития малого и среднего предпринимательства (МСП)» в компетенцию которого входит анализ состояния МСП, определение важнейших проблем в деятельности и разработка рекомендаций по их решению. В рамках Совета «Агентство МСП» занимается стратегическим планированием и финансированием программ развития МП, обеспечением условий для справедливой конкуренции, исследованием состояния рынка МСП и его влияния на социально-экономическое развитие страны. Постоянно совершенствуется инфраструктура поддержки МСП, в том числе через обеспечение взаимодействия между различными государственными организациями и администрациями всех регионов и крупнейших городов. При поддержке и участии государственных структур создаются Центры поддержки МСП, информационные службы, институты, кредитно-финансовые организации. Увеличены размеры предприятий (в 1999г.), относимых к малым, как по численности занятых, так и по величине основного капитала, что позволило повысить конкурентоспособность, экономическую устойчивость, улучшить условия труда, совершенствовать парк оборудования. Для предприятий оптовой торговли размер основного капитала увеличен в 3,3 раза, а в розничной — в 5 раз. Это позволило повысить технический уровень и эффективность операций в сфере товарообмена. В сфере услуг размер предприятия вырос с 50 до 100 работников, а уставный капитал увеличен до 424 тыс. долл.

Даже незначительный, в принципе, шаг по поддержке предпринимательства в виде создания электронного реестра экономических

¹ Бондаренко В. Где и как поддерживают малый бизнес//Бизнес для всех. №20, май, 2006. С.11.

агентов, как это сделано в Молдавии, позволил снизить срок регистрации предприятия до 24 часов. В автоматическом режиме проверяется личность заявителя, участие его в учреждении других фирм, наличие у них долговых обязательств и т.д. После этого исчезло множество фирм, предлагающих услуги по оформлению пакетов документов и породивших предприятия-однодневки.

Вместе с тем, в странах с развитой рыночной экономикой существует значительное количество нормативных документов, регламентирующих торговый процесс. Например, в Великобритании, как и в других странах – членах ЕС, имеется, наряду с другими регламентирующими документами, Нормативный Акт о защите прав потребителей при заключении контрактов на расстоянии¹, что особенно актуально в связи с развитием торговли через Интернет. В этом Акте детально прописаны требования к заключению подобных сделок.

В целях устранения асимметрии в информации между производителями, торговыми организациями и покупателями важно всемерно поддерживать развитие и деятельность потребительских союзов, одной из центральных функций которых является информирование и консультирование потребителей. Но этого недостаточно. Необходимо активное участие государства, которое должно позаботиться о принятии таких законов и правил, которые не ставили бы потребителя в невыгодное положение относительно его материальных интересов и, безусловно, обеспечивали защиту его здоровья.

Например, в Германии сравнительное испытание товаров и услуг и широкое распространение результатов обеспечивает Германский институт информации для потребителей. Институт создан государством, но является не государственным ведомством, а частным предприятием. Кроме экспертизы товаров институт проводит индивидуальное консультирование потребителей в 16 Потребительских центрах, по одному в каждой федеральной земле, в составе которых действует 200 консультационных пунктов. Важно отметить, что примерно 80% бюджета Союза потребителей Германии состоит из средств, поступающих из федерального бюджета.

Потребительские центры получают дотации от Земельных Правительств, около 60%, поскольку они работают на Земельном уровне. Часть финансирования (примерно 20%) обеспечивается оплатой потре-

¹ Нормативный Акт о защите прав потребителей (Дистанционная торговля) №2334 от 2000г. Эти Нормы выполняют Директиву 97/7/ЕС Европейского парламента и Совета от 20 мая 1997 (О.Ж. Номер L144, 4.6.97, р. 19).

бителями услуг консультантов, остальное финансирование обеспечивается за счет издания специальных информационных брошюр.

На уровне ЕС Европейская комиссия поддерживает значительными дотациями работу Общеввропейского союза потребителей BEUC, головного союза более чем 35 национальных потребительских организаций стран – членов ЕС. Важно подчеркнуть, что ни один закон европейского уровня, который затрагивает интересы потребителя, не принимается без учета позиции BEUC.¹

Наряду с поддержкой деятельности потребительских союзов важнейшей задачей муниципального регулирования торгового предпринимательства в крупных городах является устранение диспропорции в размещении торговой сети. Для этого необходима разработка дифференцированных нормативов обеспеченности торговыми площадями, как с учетом типа жилой застройки, так и для розничных предприятий различной специализации и социальной значимости.

На современном потребительском рынке все большее значение приобретают розничные сети. Для решения задач регулирования сферы обращения администрация крупных городов должна создавать максимально благоприятные условия для ускоренного развития розничных сетей.

Конкурентные преимущества торговых сетей позволяют им поддерживать относительно низкий уровень издержек обращения, несмотря на ряд серьезных проблем, присущих сетевой организации бизнеса. Однако положительный эффект от создания торговых сетей несомненно выше и поэтому можно сказать, что создание торговых сетей — главное стратегическое направление развития розничной торговли.

Рост потребительского рынка необходимо сопровождать структурной перестройкой системы товароснабжения. Опорную роль в современных системах продовольственного обеспечения крупных столичных городов европейских стран играет создание современной инфраструктуры оптовой торговли, где оптовые рынки дополняются оптовыми распределительными центрами. Должна быть создана многоканальная система товародвижения, которая позволит оптимизировать состав участников оптового продовольственного рынка, сократить число посредников и, соответственно, исключить их участие в формировании розничных цен. Например, в Москве, по данным Департамента по-

¹ По материалам выступления Х.Вильната, представителя Германского института информации для потребителей, на международной конференции «Взаимодействие участников потребительского рынка: опыт, проблемы, перспективы». СПб, 2003.

требительского рынка и услуг¹, работает 50 тысяч посредников, поэтому торговые наценки составляют от 80 до 300 % к оптовой цене товара.

Таким образом, эффективное регулирование предпринимательства в торговле предполагает наличие:

- четкого определения и разграничения полномочий органов государственной власти и муниципальных образований;
- необходимой нормативно-правовой базы, включающей пакет документов программы поддержки предпринимательства;
- системы статистического учета, обеспечивающей получение достоверной информации о состоянии и динамике предпринимательства, необходимой и достаточной для принятия эффективных решений по регулированию процесса его развития в соответствии с программными целями;
- развитой инфраструктуры, обеспечивающей информационное, консультационное, образовательное и иные виды сопровождения предпринимательской деятельности;
- «прозрачных» условий доступа к материальным и финансовым ресурсам, направляемым органами государственной власти и муниципальных образований на поддержку предпринимательства;
- действенной системы защиты прав и законных интересов предпринимателей;
- обязательного привлечения объединений предпринимателей и союзов потребителей к разработке законов и нормативных актов, затрагивающих интересы участников потребительского рынка.

§ 3. Участие органов государственной власти и органов местного самоуправления в регулировании потребительского рынка

(на примере г. Москвы)

Органом, обеспечивающим проведение торговой политики, является Департамент потребительского рынка и услуг. Важную роль в регулировании торгового предпринимательства на территории Москвы играет Департамент продовольственных ресурсов, Мосторгинспекция, Межведомственная комиссия по вопросам потребительского рынка.

¹ Доклад Министра Правительства Москвы Мальшкова В. И. на конференции «Проблемы и перспективы развития московской торговли: взгляд в 2005 год».

В начале 2006 года Правительство Москвы приняло постановление «О Концепции закона города Москвы «О продовольственной безопасности города Москвы»¹. Как отмечено в постановлении, одной из причин принятия подобного закона, является отсутствие единого базового законодательного акта федерального уровня, определяющего основы продовольственной безопасности государства. Кроме того, отмечались факторы, обусловленные спецификой города – мегаполиса, среди них:

- фактическое отсутствие у города сельскохозяйственных угодий и собственной ресурсно-сырьевой базы для производства сельскохозяйственной продукции в черте города;

- полная зависимость города от завоза продовольствия из регионов Российской Федерации и по импорту при существующем недостатке товарных ресурсов отечественного производства;

- несовершенство механизма квотирования импортной животноводческой продукции;

- возрастающая конкуренция между московским и региональными рынками на внутрироссийском рынке за право приобретения животноводческой продукции (цельное молоко, мясо).

Значимость поднятой проблемы для функционирования потребительского рынка Москвы настолько велика, что Правительство города рассмотрело и приняло постановление, реализующее концептуальные положения в конкретные формулировки закона «О продовольственной безопасности города Москвы».²

Закон ориентирован на решение следующих задач:

- 1) создание условий, при которых реальные денежные доходы и система социальной защиты жителей города позволяют им приобретать основные продукты питания на уровне рекомендуемых размеров потребления;

- 2) рост производства продовольствия, оборота оптовой и розничной торговли продовольствием в целях обеспечения доступности пищевых продуктов для удовлетворения потребностей жителей на уровне не ниже рекомендуемых размеров потребления;

- 3) координация действий органов исполнительной власти города Москвы с федеральными органами исполнительной власти и органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, включая ор-

¹ Постановление Правительства Москвы «О Концепции закона города Москвы «О продовольственной безопасности города Москвы» от 10.01.2006г. № 2-ПП.

² Постановление Правительства Москвы «О проекте закона города Москвы «О продовольственной безопасности города Москвы» от 13.06.2006г. №393-ПП.

ганы контроля и надзора за качеством и безопасностью пищевых продуктов, а также с производителями и поставщиками сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия по вопросам обеспечения продовольственной безопасности.

Предусмотрено самое широкое использование для обеспечения продовольственной безопасности целевых программ, выполнение которых ориентировано на развитие оптовой и розничной торговли продовольствием, интеграцию организаций оптового продовольственного комплекса с производителями сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в субъектах Российской Федерации, развитие пищевой и перерабатывающей промышленности.

Утвержденная Правительством Москвы Генеральная схема размещения крупных торговых объектов на период до 2020 г. выступает стержневым документом развития и качественного обновления торговой сети города. Реализация Генеральной схемы позволит обеспечить к 2020 г. увеличение емкости торговой сети в два раза, выровнять сложившуюся диспропорцию в размещении торговой сети по городу с приоритетом строительства в районах с наиболее высоким дефицитом торговых площадей и в зонах комплексной реорганизации территорий.

Для повышения эффективности системы контроля за деятельностью городских рынков внедрена в эксплуатацию автоматизированная система АИСК «Московские рынки», в состав которой входят подсистемы: «Реестр», «Учет», «Контроль», «Взаимодействие».

Правительство города энергично укрепляет межрегиональные связи, что играет важную роль в формировании товарного обеспечения потребительского рынка, поскольку московская промышленность самостоятельно не в состоянии удовлетворить спрос населения. По состоянию на конец 2005 года город имел 280 соглашений, направленных на расширение ассортимента потребительского рынка. Из них 200 – с российскими регионами, 51 – со странами СНГ, 29 – с Белоруссией.

Серьезную косвенную финансовую поддержку малому предпринимательству в торговле оказывает политика московских властей в области арендных отношений по объектам нежилого фонда. Так, в постановлении Правительства Москвы «О прогнозе социально-экономического развития города Москвы на 2006 — 2008 годы»¹ на 2006 год введен повышающий коэффициент к расчётной ставке 2005 года в размере 1,3 при аренде объектов нежилого фонда, находящихся в собственности

¹ Постановление Правительства Москвы «О прогнозе социально-экономического развития города Москвы на 2006 — 2008 годы» от 19.07.2005 г. № 520-ПП.