

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО НОРМИРОВАНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ РОССИИ

О. С. Карашук

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

Цель данной статьи – обоснование предложений по улучшению государственного нормирования розничной торговой сети в России. В отдельных регионах России отмечается недостаточная обеспеченность населения предприятиями розничной торговли, что требует мер поддержки развития торговой сети со стороны государства. Государственное регулирование торговой сети в России осуществляется путем установления органами власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов по методике, утверждаемой правительством. Однако только 3% муниципальных образований в стране разрабатывают указанные нормативы, что отражает низкую практическую значимость принятых показателей. Автором статьи выдвинута гипотеза, что показатели торговой площади на тысячу жителей, используемые в качестве нормативов минимальной обеспеченности населения розничной торговой сетью в России, нуждаются в замене вследствие рыночного развития торговли в нашей стране. Для проверки гипотезы были изучены работы авторитетных ученых по аналогичной проблематике, что выявило применение в качестве норматива в странах с развитыми рынками показателей численности населения в расчете на количество предприятий. Также было проведено исследование действующей методики нормирования показателей в России, которое показало ее недостаточную научную обоснованность. В результате было предложено изменить показатель норматива минимальной обеспеченности населения розничной торговой сетью и использовать норматив количества организаций торговли на одного жителя, дифференцированный по формам торговли. Рекомендации статьи создают основу для улучшения действующего нормативно-правового регулирования нормирования розничной торговой сети в России.

Ключевые слова: розничная торговля, обеспеченность торговой сетью, норматив торговой площади, размещение торговли, государственное регулирование торговли.

ENHANCING STATE STANDARDIZATION OF THE RETAIL TRADE SYSTEM IN RUSSIA

Oksana S. Karashchuk

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

The goal of the article is to ground proposals dealing with enhancement of state standardization of the retail trade system in Russia. In some Russian regions there is a poor provision of the population with retail trade enterprises, which requires certain steps aimed at developing the trade system on the part of state. State regulation of the trade system in Russia is carried out by standards of minimum provision of the population with the area of trade facilities, which are fixed by bodies of power of Russian Federation entities and bodies of local self-governance and approved by the government. However, only 3% of municipal establishments in the country have developed these standards, which demonstrate the low practical importance of figures being adopted. The author puts forward a hypothesis, according to which figures of the trade area per thousand of dwellers used as a standard of min provision of the population with retail trade in Russia should be revised due to market development of trade in this country. To check the hypothesis the author studied works by prominent scientists dealing with this subject and found out that in countries with the developed market system the indicator of the population reckoning on the number of enterprises is taken as a standard. The effective methodology of figures standardization in Russia was researched and it showed its poor scientific validity. As a result, it was proposed to change the standard of min provision of the population with the retail trade and use the standard of the number of trade units per one dweller differentiated by

forms of trade. Recommendations of the article form a sound basis for enhancement of the effective standard-legal regulation of the trade system in Russia.

Keywords: retail trade, provision with trade, standard of trade area, location of trade, state regulation of trade.

Введение

Количественные и качественные показатели розничной торговли – важнейшие индикаторы развития экономики страны. Розничные торговые точки являются основной инфраструктурой, которая формирует предложение товаров и услуг населению.

В настоящее время в розничной торговле расходуется порядка 70% доходов домашних хозяйств России, т. е. отрасль имеет существенное значение для формирования качества жизни населения. Поэтому обоснованное построение розничной торговой сети имеет большое значение.

В современных условиях в России влияние государства на отдельные стороны развития розничной торговли сведено к минимуму, что объясняется высокой коммерциализацией отрасли. По данным Росстата, более 99% организаций розницы являются негосударственными. Как следствие, формирование розничной торговой сети нашей страны происходит без единого научно обоснованного плана по планам каждого отдельного региона. Однако на практике оказывается, что только около 3% муниципальных образований России разработали и используют документы территориального планирования и градостроительного зонирования, что отмечалось в принятом Приказе Минпромторга России от 31 марта 2011 г. № 422 «Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011–2015 годы и период до 2020 года».

В то же время для России программы развития торговли, в том числе нормативы обеспеченности населения розничными торговыми точками, имеют большое значение, так как отмечается крайне низкая плотность населения на значительных территориях, что приводит к недоступности потребительских товаров для живущих там людей и, как следствие, к невозможности жизнедеятельности в таких районах.

Труднодоступные территории России составляют 64% площади страны, и в них проживает около 5% населения, что также отмечалось в Приказе Минпромторга России № 422. Поэтому несомненно актуальность вопросов установления государственных нормативов минимальной обеспеченности населения розничной торговой сетью, которые должны быть научно обоснованными и при этом легкоприменимыми для использования государственными органами на практике.

Анализ исследований и публикаций по нормированию торговой сети

Следует отметить, что большое количество научных работ, посвященных регулированию государством розничной торговой сети, выполнено российскими учеными с целью поиска возможностей улучшения социальной функции торговли. Это работы С. В. Серебрякова, К. Г. Шмерлинга, П. И. Малахова [9], О. В. Чкаловой [11], А. В. Зырянова [4], Т. И. Берг и И. А. Кулинича [2] и др. [1; 3; 5; 6; 7; 8; 10; 12]. Зарубежные авторы рассматривают вопросы оптимального количества торговых субъектов и их размещения не с точки зрения государственных интересов, а с позиции поиска лучших решений для обеспечения роста продаж и прибыли предпринимателей. Исследования по указанным вопросам содержатся в работах В. Рейли [17], В. Кристаллера [13], А. Лёша [15], Р. Льюса [16], Д. Хаффа [14] и других ученых. Вместе с тем необходимо признать, что в целом работ по изучаемой проблематике достаточно мало и отсутствуют такие, которые бы содержали готовые к применению методики расчета целесообразного количества предприятий розничной торговли.

Большинство российских работ, связанных с нормированием сети торговли, были выполнены в условиях государственной планово-командной экономики или в пер-

вые годы после перехода к рынку. В современных рыночных условиях России исследования по обоснованию нормативов торговой сети также проводятся, однако, по нашему мнению, все еще отсутствуют показатели, которые бы учитывали особенности и современный уровень развития рыночных отношений в нашей стране.

Следует отметить, что в результате развития рыночных отношений в России понятие торговой сети существенно изменилось. Из нормативных документов было исключено ее определение как совокупности торговых предприятий в пределах конкретной территории, которое в данной статье используется в качестве объекта изучения и которое необходимо для целей государственного регулирования торговой деятельности в стране. Так, в ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения» отмечалось, что торговая сеть – это совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением. А в пришедшем на смену данному документу ГОСТ Р 51303-2013 «Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» понятие торговой сети дано как совокупность торговых объектов, которые находятся под общим управлением или используются под единым средством индивидуализации. Схожее по смыслу определение дано в статье 2 Федерального закона от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Там под торговой сетью понимается совокупность торговых объектов, которые принадлежат хозяйствующим субъектам одной группы лиц или используются под единым средством индивидуализации. Таким образом, в документах по государственному регулированию торговой деятельности толкование торговой сети синонимично понятию сетевой торговли. Такое понимание не позволяет использовать данный термин в целях государственного регулирования деятельности всех торго-

вых субъектов в стране, а поэтому мы вынуждены использовать научное определение данного понятия: розничная торговая сеть – это совокупность хозяйствующих субъектов розничной торговли в границах определенного территориального образования. Предприятия торговли в границах конкретного населенного пункта или в целом на территории страны образуют торговую сеть соответствующего уровня.

Анализ практики государственного регулирования территориальной организации торговой сети показывает, что такое регулирование всегда основывается на нормативах, характеризующих достижение стандартов обеспеченности жителей страны обслуживанием торговых организаций.

Нормативы торговой сети в России впервые появились в 1963 г. с принятием СНиП II-К.2-62 и изначально были представлены условными рабочими местами продавцов на 1 тыс. жителей. Рабочие места продавцов использовались в качестве нормативного показателя по причине существования на тот момент единственной индивидуальной формы обслуживания, в связи с чем сбытовая сила торговых точек всецело зависела от количества работников, определенных с учетом реализуемого ассортимента. Однако с конца 1960-х гг. получают широкое распространение прогрессивные методы продажи, основанные на масштабном применении самообслуживания, что привело к снижению влияния фактора численности продавцов на объемы деятельности торговли, а степень развития розницы стала определяться торговыми площадями. В результате действующие нормативные показатели были пересмотрены и введены показатели торговой площади на 1 тыс. жителей, принятые с 1976 г.

После перехода к рынку с 1998 г. система прямого государственного управления торговой сетью в России была заменена территориальным государственным регулированием, в результате чего дислокация торговой сети стала определяться самостоятельно органами государственного ре-

гулирования экономики каждого субъекта Российской Федерации. Позже это было закреплено в Федеральном законе № 381-ФЗ, где было определено, что нормативы обеспеченности торговой сетью устанавливаются органами власти субъектов Российской Федерации и затем учитываются органами местного самоуправления в документах территориального планирования (в том числе в программах развития торговли, при разработке схем размещения нестационарных объектов и пр.). В то

же время с переходом к рынку и за весь период его развития в России система показателей нормирования розничной торговой сети существенно не изменилась. Чаще всего происходило уточнение размера показателя, которым длительное время являлся показатель торговой площади на 1 тыс. человек.

Более наглядно состав показателей нормирования розничной торговой сети России, действовавших в различные периоды, показан в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Нормативы розничной торговой сети в России*

Период	Методика расчета показателя	Размер показателя	Примечание
1963–1975	Условные рабочие места продавцов / 1 000 чел.	7,7 рабочих мест на 1 тыс. чел.	СНиП II-К.2-62
1976–1989	Торговая площадь / 1 000 чел.	100 м ² (180 м ²) на 1 тыс. чел. в городе (в селе). В перспективе – 120 м ² (250 м ²) соответственно	СНиП II-60-75
1990–2017	Торговая площадь / 1 000 чел.	280 м ² (300 м ²) на 1 тыс. чел. в городе (в селе)	СНиП 2.07.01-89
2011–2015	Торговая площадь / 1 000 чел.	521 м ² на 1 тыс. чел. (базовый)	Постановление Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2010 г. № 754
2016–2020	Площадь стационарных торговых объектов / 1 000 чел.	589 м ² на 1 тыс. чел. (базовый)	Постановление Правительства Российской Федерации от 9 апреля 2016 г. № 291
	Количество объектов местного значения площадью до 300 м ²	2–8 (минимум с учетом плотности населения)	
	Количество нестационарных объектов / 10 000 чел.	9 на 10 тыс. чел. (базовый)	
	Количество мест на рынках по продаже непродовольственных товаров / 1 000 чел.	1,5 на 1 тыс. чел. (базовый)	

* Составлено по данным нормативных документов.

В большинстве развитых зарубежных стран государственные нормативы розничной торговой сети не устанавливаются либо носят рекомендательный характер, на что указывают исследователи Т. И. Берг и И. А. Кулинич [2]. Такая ситуация объясняется высокой зрелостью рынка этих странах, что влечет снижение значимости государственного регулирования, в том числе нормирования розничной торговой сети.

Изучение зарубежного опыта показывает, что в настоящее время в развитых странах Европы применяется норматив количества магазинов на тысячу жителей, а

также товарооборота на квадратный метр торговой площади. В США используется норматив числа торговых предприятий на 100 жителей, а также норматив протяженности фронта улицы, отводимой под магазины [12].

Наглядно система показателей нормирования розничной торговой сети, применяемая в отдельных зарубежных странах, показана на рисунке.

Как видим, нормативы, используемые в наиболее развитых странах, являются схожими и представляют собой прямые и обратные показатели количества магазинов в расчете на определенную численность жи-

телей. В то же время показатели нормирования розничной торговой сети России (см. табл. 1) отличаются от принятых в странах с развитыми рыночными отношениями и были разработаны в нашей стране еще во времена бывшего СССР. В неко-

торых странах бывшего Советского Союза, в том числе в Беларуси и на Украине, также до сих пор используются с Россией показатели нормативов торговой площади на тысячу жителей.

Страны Европы			США
Великобритания	Венгрия, Польша, Румыния	Украина, Беларусь	
1. Количество магазинов / 1 тыс. чел. жителей 2. Торговая площадь в м ² / 1 магазин	Товарооборот / 1 м ² торговой площади	Торговая площадь в м ² / 1 тыс. чел. жителей	1. Количество магазинов / 100 чел. жителей 2. Протяженность фронта улицы под магазины

Рис. Показатели нормирования розничной торговой сети зарубежных стран

С учетом того, что 97% муниципальных образований России вообще не разрабатывают нормативы розничной торговой сети, и учитывая важность таких нормативных показателей для планомерного развития торгового обслуживания населения и обеспечения рентабельности торговой отрасли, необходим пересмотр используемых в нашей стране нормативных показателей.

Основное содержание и результаты исследования действующего нормирования торговой сети России

В соответствии с действующими в настоящее время нормативно-правовыми документами России, которые устанавливают условия нормирования розничной торговой сети, государственное регулирование в нашей стране предусматривает следующий порядок:

1. Правительством России принята методика расчета нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов¹. До этого действовал од-

ноименный, более ранний документ, а еще ранее применялись нормативы, закрепленные в строительных нормах и правилах. Указанные нормативы – основные критерии доступности товаров для населения и удовлетворения спроса на такие товары в России (п. 1 ст. 19 Федерального закона № 381-ФЗ).

2. Субъектами Российской Федерации приняты программы развития торговли каждого из них, в которых установлены скорректированные нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов с учетом региональных особенностей, порядок расчета которых также определен Постановлением Правительства Российской Федерации № 291.

3. Строительными нормами и правилами, утвержденными Приказом Министерства регионального развития Российской Федерации от 28 декабря 2010 г. № 820, установлены рекомендуемые значения радиуса обслуживания предприятий торговли местного значения с учетом типа поселения (городского или сельского) и этажности застройки, а также временные интервалы пешеходной доступности. До июля 2017 г. данными правилами также определялись рекомендуемые показатели:

– торговой площади на единицу численности населения с учетом типа поселения (городского или сельского) и специали-

¹ См.: Постановление Правительства Российской Федерации от 9 апреля 2016 г. № 291 «Об утверждении Правил установления субъектами Российской Федерации нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов и методики расчета нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, а также о признании утратившим силу Постановления Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2010 г. № 754».

зации предприятия (продовольственные или непродовольственные товары);

– размера земельного участка в зависимости от численности обслуживаемого населения или торговой площади (в зависимости от типа поселения).

Действующая в настоящее время номенклатура нормативных показателей обеспеченности населения торговой сетью, определенная Постановлением Правительства Российской Федерации № 291, включает следующие показатели (см. табл. 1):

1. Норматив минимальной обеспеченности населения площадью стационарных торговых объектов, в том числе по продовольственным и по непродовольственным товарам (в м² на 1 000 человек). Указанный норматив определяется на основе базового, который в розничной торговле на период 2016–2020 гг. (на 5 лет) установлен в размере 589 м² на 1 тыс. жителей, в том числе по продовольственным товарам – 202 м² на 1 тыс. жителей и по непродовольственным товарам – 387 м² на 1 тыс. жителей. При этом в конкретном субъекте Российской Федерации необходима корректировка базовых нормативов в соответствии со следующими показателями: индексом расходов населением средств на покупку товаров в сопоставимых ценах в субъекте Российской Федерации; соотношением объема проданных продовольственных (либо непродовольственных) товаров на душу населения в субъекте Российской Федерации к соответствующему показателю в целом по России; соотношением стоимости фиксированного набора потребительских товаров по России к показателю субъекта Российской Федерации; отношением доли рынков и ярмарок в обороте розничной торговли субъекта Российской Федерации к показателю по России.

2. Норматив минимальной обеспеченности населения объектами местного значения площадью до 300 м² по продаже продовольственного или смешанного ассортимента с учетом плотности населения и радиуса обслуживания (в количестве объектов). Установлено, что если плот-

ность населения составляет до 5 тыс. человек, то объектов местного значения должно быть не менее 2, если до 10 тыс. человек – не менее 4, если до 15 тыс. человек – минимум 6 и если свыше 15 тыс. человек – от 8.

3. Норматив минимальной обеспеченности населения нестационарными объектами (в количестве объектов на 10 тыс. человек). Данный норматив, согласно методике, рассчитывается с учетом количества стационарных торговых объектов в регионе. При этом к нестационарным объектам отнесены торговые павильоны и киоски по продаже продовольственных товаров и сельскохозяйственной продукции. Базовый нормативный показатель для таких предприятий установлен равным 9.

4. Норматив минимальной обеспеченности населения количеством мест на рынках по продаже продовольственных товаров (в количестве мест на 1 тыс. человек). При этом имеется базовый показатель, равный 1,5.

Следует сказать, что Министерство промышленности и торговли Российской Федерации (Приказ от 25 декабря 2014 г. № 2733 «Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2015–2016 годы и период до 2020 года») установило собственные нормативные показатели розничной торговой сети. Оно определило так называемые целевые показатели обеспеченности населения торговой площадью в рознице в период 2018–2020 гг., которые находятся в диапазоне от 760 до 820 м² на 1 тыс. жителей. При этом сказано, что необходима дифференциация данного нормативного показателя по торговым форматам.

Указанной Стратегией предусмотрены и другие показатели нормирования, которые включают:

1) количество хозяйствующих субъектов розничной торговли, в том числе организаций и индивидуальных предпринимателей;

2) количество торговых объектов различных форматов (стационарных, нестационарных и мобильных, мест на ярмар-

ках, мест на сельскохозяйственных и продовольственных рынках);

3) долю в общих продажах интернет-торговли.

В Стратегии отмечается, что около 60% российских потребителей покупают продукты питания каждый день либо раз в два дня, так как такая частота покупок им наиболее комфортна. Поэтому в современных условиях приоритетным по своему значению должно быть развитие торговой инфраструктуры шаговой доступности,

которая сможет обеспечить предложение свежих продуктов питания и сельскохозяйственной продукции местного производства, что необходимо учитывать при нормировании торговой сети в регионах.

Исследование официальных статистических данных по России позволило оценить фактический уровень обеспеченности населения торговой площадью в сравнении с установленными государством нормативными и целевыми показателями (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Обеспеченность населения России торговой площадью* (в м² на тыс. чел.)

Обеспеченность торговой площадью	Фактическая - всего (в городской и сельской местности)			Фактическая в сельской местности			Целевая согласно Стратегии		Нормативная согласно Методике на 2016-2020
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2015-2016	2018-2020	
В стационарных объектах	743,7	778,7	809,8	345,4	334,7	341,3	680-740	760-820	589
В том числе современных форматов	188,8	199,8	219,5	46,7	34,9	36,8	-	-	-

* Составлено по: Торговля в России. 2017 : статистический сборник / Росстат. - М., 2017. - С. 143.

Как видно из табл. 2, целевые показатели обеспеченности населения России торговой площадью, установленные на ближайший будущий период в целом по всем стационарным объектам всех территориальных образований Российской Федерации, были достигнуты еще в 2014 г. Однако в сельской местности обеспеченность торговыми площадями явно недостаточная: более чем в 2 раза ниже, чем в среднем по России, и значительно меньше установленного норматива. А по данным последней переписи населения 2010 г. в сельской местности проживает около 26% населения России. Таким образом, в настоящее время четверть населения России имеет условия потребления, которые характеризуются недостаточной обеспеченностью торговой сетью. Маловероятно, что установленные государством нормативные показатели позволят увеличить торговые площади на селе, если принимать во внимание, что торговля в России в основном негосударственная и что стационарному частному

бизнесу в торговле невыгодно работать на малозаселенных и удаленных от центра территориях.

По нашему мнению, показатель количества квадратных метров торговой площади в расчете на определенное количество жителей, до недавнего времени используемый в России как единственный (см. Постановление Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2010 г. № 754), неудовлетворительный для нормирования торговой сети. И хотя с принятием Постановления Правительства Российской Федерации № 291 состав нормативных показателей расширился до четырех, по нашему мнению, они также неприменимы для действенного госрегулирования розничной торговли в регионах.

В качестве аргумента к вышеприведенному выводу можно привести тот факт, что показатель количества квадратных метров торговой площади в расчете на тысячу жителей устанавливает площадь всей розничной торговой сети региона без уче-

та количества и типов предприятий, между которыми эта площадь будет распределяться, и без учета производительности площадей у отдельных предприятий. Как результат такого подхода, на практике мы можем видеть множество полупустых торговых и торгово-развлекательных центров в крупных городах, которые приблизили нашу страну к европейским стандартам обеспеченности современными торговыми площадками, а в реальности являются невостребованными. Одновременно в сельской местности и на труднодоступных территориях зачастую вообще отсутствуют какие-либо розничные предприятия торговли. Используемый собирательный показатель торговой площади на тысячу жителей невозможно разукрупнить и применить к каждому конкретному предприятию, так как по требованиям российского законодательства регулирующие органы не могут устанавливать торговую площадь конкретным коммерческим предприятиям. Это право принадлежит каждому отдельному хозяйствующему субъекту. В законодательстве предусмотрены лишь минимальные размеры торговых площадей при осуществлении определенных видов торговли, в том числе в нестационарных торговых объектах, в условиях использования специального режима налогообложения и в некоторых других случаях. Также недостатком действующего норматива является то, что показатель квадратных метров торговой площади на единицу обслуживаемого населения не отражает наиболее важные потребительские запросы, которые должна удовлетворять розничная торговля: обеспечение преодоления пространственного и временного дефицита товаров для населения; предложение полноценного ассортимента с учетом состава, количества и качества спроса. Используемый показатель обеспеченности торговыми площадями не учитывает, что все более значительный вклад в удовлетворение спроса населения вносят другие формы торговли. Они компенсируют нехватку торговых площадей в отдельных населен-

ных пунктах и представлены очень большим разнообразием возможных форм, в том числе рыночной, ярмарочной, мелко-розничной, через Интернет и др.

Таким образом, применяемые в России показатели обеспеченности населения торговыми площадями в современных реалиях развития торговли являются неинформативными и устаревшими. Поэтому необходимо пересмотр показателей нормативов обеспеченности торговой сетью в стране.

В современных условиях требуется разработка других нормативов обеспеченности населения розничной торговой сетью, которые будут базироваться на понятии комфортности обслуживания взамен ранее используемого понятия качества услуг, предусматривающего использование как одного из основных показателей площади помещений (см. ГОСТ Р 55812-2013 «Услуги торговли. Номенклатура показателей качества услуг торговли»). Комфортность обслуживания предполагает наличие особых характеристик предложения продавца, жестко не связанных с наличием или отсутствием стационарных торговых площадок для осуществления продажи. Комфортность обслуживания в определении автора – это показатель уровня обслуживания, который отражает стабильность ассортимента товаров, быстроту и точность обслуживания, удобство и понятность выкладки, отсутствие тесноты и очередей, безопасность товаров и услуг и другие важные характеристики для потребителя конкретного региона. Комфортность обслуживания обеспечивается не только при наличии определенных помещений, необходимых для продажи товаров в стационарных торговых точках, но и при использовании различных компенсирующих форм торговли.

Под нормированием розничной торговой сети мы понимаем установление государственными органами регулирования показателей минимального количества объектов розничной торговли отдельных форм торговли в расчете на количество населения на определенной территории. Эти показатели предлагаются взамен пока-

зателя площади торговых объектов на тысячу жителей.

Содержание работ при нормировании розничной торговой сети на определенной территории должно предусматривать определение состава торговых объектов, количества торговых объектов каждого вида, расположения торговых объектов в границах территориального образования.

Состав торговых объектов предполагает определение номенклатуры необходимых форм торговли (стационарной и нестационарной с учетом разновидностей), а также типов предприятий, которые востребованы населением на данной территории и экономически целесообразны для их создания предпринимательскими структурами, работающими в регионе.

Количественные показатели нормативов розничной торговой сети должны включать:

1) обеспеченность торговой сетью (количество предприятий на единицу численности населения отдельно по формам торговли и типам предприятий);

2) плотность торговой сети (количество предприятий на единицу площади территории).

Для использования в территориальных образованиях России необходимо разработать методику расчета количества малых стационарных торговых точек в районах жилой застройки в пределах пешеходной доступности на единицу населения, крупных магазинов общегородского значения на единицу населения, объектов компенсирующих форм торговли в расчете на число жителей. Указанные количественные показатели целесообразно определять на основе наилучших показателей, достигнутых в России в аналогичных субъектах Российской Федерации, которые сопоставимы с изучаемым регионом по своим характеристикам (доле торговли в валовой добавленной стоимости, товарообороту на одного жителя, количеству торговых предприятий в расчете на единицу площади территории).

Таким образом, мы предлагаем использовать нормативный показатель количества предприятий в расчете на определенное число жителей по аналогии с показателями, применяемыми в США и Европейском союзе. При нормировании стационарных торговых точек на определенной территории необходимо установить радиус обслуживания, соответствующий конкретным типам предприятий. В настоящее время в России для предприятий, расположенных в районах жилой застройки в пределах пешеходной доступности, установлен радиус зоны торгового обслуживания для городских населенных пунктов – 250 метров, для сельских – 500 метров (Постановление Правительства № 291). При этом необходимо обосновать радиус зоны обслуживания для различных типов стационарных предприятий, что позволит определить их возможные места дислокации.

Следует отметить, что существующая в настоящее время типология торговых предприятий, определенная в ГОСТ Р 51773-2009 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли» нуждается в обновлении и развитии своего содержания. Указанный ГОСТ устарел, так как в реальной практике торгового предпринимательства появилось много новых типов предприятий. Кроме того, некоторые из указанных в действующем ГОСТе предприятий четко не разграничены и дублируют друг друга.

При непосредственном моделировании количества предприятий розничной торговой сети в рамках данного исследования была построена однофакторная корреляционно-регрессионная модель, в которой результативный показатель Y – количество малых стационарных розничных торговых предприятий на 1 тыс. жителей в населенном пункте, а показатель-фактор X – совокупный розничный товарооборот в населенном пункте на одного жителя (как индикатор уровня удовлетворения спроса). Другие результативные показатели, предложенные автором как необходимые для

моделирования, в данном исследовании не учитывались.

Для построения модели были использованы показатели официальной статистики Российской Федерации по городам-субъектам Москве и Санкт-Петербургу за период 2012–2015 гг. Полученная модель показала ее пригодность для практического применения в результате проверки по ряду критериев (R -квадрат = 97,7%, t -критерий Стьюдента и F -критерий Фишера – в пределах нормы).

В результате применения модели для обоснования норматива количества малых стационарных розничных предприятий на 1 тыс. жителей в субъекте Российской Федерации городе Севастополе на 2014 г. необходимый показатель составлял 19 малых стационарных организаций на тысячу жителей, а фактический был равен 13. Таким образом, в субъекте Российской Федерации городе Севастополе необходимо увеличение изучаемого показателя.

Выводы

Проведенное исследование позволило выявить недостатки действующих в России нормативных показателей торговой сети:

1. Нормативные показатели по разным видам торговых объектов установлены применительно к разной базе, что не позволяет рассчитать общий показатель по всей розничной торговле (для стационарных предприятий – это квадратные метры торговой площади на тысячу человек, для нестационарных – это объекты на 10 тыс. человек, для рынков – это места на тысячу человек).

2. Некоторые показатели определены с повторным счетом (установлен норматив для стационарных предприятий и отдельно норматив для объектов местного значения, которые входят в стационарные).

3. Использован единый норматив по отношению ко всей нестационарной торговле без учета особенностей ее различных форм (мелкорозничной, рыночной, через Интернет и др.).

4. Базовые нормативы установлены бездоказательно, без количественного обоснования.

5. Коэффициенты региональной коррекции рассчитаны на основе индексного метода, который учитывает только прошлую динамику достигнутого уровня показателя-корректора.

6. Отсутствует связь нормативов с показателями степени удовлетворения спроса населения, так как применяемые формулы расчета не включают соответствующие показатели.

Для преодоления недостатков существующей в России системы нормирования субъектов розничной торговой сети предлагается использовать:

1) норматив количества предприятий розничной торговли на единицу численности населения (отдельно по каждой форме торговли, в том числе стационарной и компенсирующей);

2) экономико-математический метод установления региональных нормативов вместо индексного;

3) модель, построенную по данным наиболее передовых регионов с точки зрения развития торговой сети, имеющих общие потребительские характеристики с проектируемым регионом;

4) показатели товарооборота на единицу численности населения в качестве факторных признаков при моделировании.

Кроме того, был обоснован норматив малых стационарных торговых предприятий шаговой доступности в расчете на единицу численности населения для города Севастополя, который оказался существенно выше показателя фактической обеспеченности, что позволило сделать вывод о необходимости государственной поддержки по увеличению количества предприятий данного торгового формата. По результатам проведенной работы сделан вывод, что для нашей страны необходимы государственные нормативные показатели обеспеченности торговой сетью, на основе которых должно происходить развитие розничной торговли в регионах России.

Список литературы

1. Бакаева В. В., Курушина Н. В. Анализ состояния и тенденции развития розничной торговли города // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2015. – № 1 (19). – С. 14–22.
2. Берг Т. И., Кулинич И. А. Размещение розничной торговой сети города: теория, методология, практика : монография. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2012.
3. Брагин Л. А., Красильникова Е. А., Майорова Е. А., Никишин А. Ф. Интернет-технологии в организации торговли в современных жилых комплексах // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 9-4 (86-4). – С. 1188–1190.
4. Зырянов А. В. Размещение торговых предприятий. – М. : Экономистъ, 2006.
5. Иванов Г. Г., Майорова Е. А., Никишин А. Ф. Рейтингование регионов РФ на основе индикатора социальной эффективности торговли // Экономика. Бизнес. Банки. – 2017. – № 1 (18). – С. 39–51.
6. Курушина Н. В. Методы планирования размещения розничной торговли в городе // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2015. – № 3 (21). – С. 17–21.
7. Панасенко С. В., Стукалова И. Б., Мазунина Т. А. Направления развития современной розничной торговли // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19. – № 3. – С. 599–608.
8. Петров П. В., Соломатин А. Н. Экономика товарного обращения. – М. : Инфра-М, 2001.
9. Серебряков С. В., Шмерлинг К. Г., Малахов П. И. Планирование городской торговой сети. – М. : Экономика, 1968.
10. Черныга Р. Ю. Обоснование методических подходов к расчету нормативов обеспеченности населения торговыми площадями // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2016. – № 4. – С. 49–54.
11. Чкалова О. В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий. – М. : Форум : Инфра-М, 2013.
12. Шакланова Р. И., Юсова В. В. Экономика торговой отрасли. – М. : Юрайт, 2014.
13. Christaller W. Central Places in Southern Germany / translated by C. W. Baskin. – Englewood Cliffs, NJ, 1967.
14. Huff D. L. A Probabilistic Analysis of Shopping Center Trade Areas // Land Economics. – 1963. – N 39. – P. 81–90.
15. Lasch A. The Economics of Location : 2nd ed. / translated by W. H. Woglom with the assistance of W. F. Stolper. – New Haven, CT, 1954.
16. Luce R. Individual Choice Behaviour. – New York : John Wiley & Sons, 1959.
17. Reilly W. J. The Law of Retail Gravitation. – New York, 1931.

References

1. Bakaeva V. V., Kurushina N. V. Analiz sostoyaniya i tendencii razvitiya roznichnoy trgovli goroda [Status Analysis and Development Tendencies for City Retail Trade]. *Problemy social'no-ehkonomicheskogo razvitiya Sibiri* [Issues of Social and Economic Development in Siberia], 2015, Vol. 1 (19), pp. 14–22. (In Russ.).
2. Berg T. I., Kulinich I. A. Razmeshchenie roznichnoi trgovoi seti goroda: teoriya, metodologiya, praktika, monografiya [The Location of the Retail Outlets of the City: Theory, Methodology, Practice, monograph]. Krasnoyarsk, Sib. feder. un-t, 2012. (In Russ.).
3. Bragin L. A., Krasil'nikova E. A., Mayorova E. A., Nikishin A. F. Internet-tehnologii v organizatsii trgovli v sovremennykh zhilykh kompleksakh [Internet Technologies in Trade

Organization in Modern Residential Complexes]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and Entrepreneurship], 2017, Vol. 9–4 (86–4), pp. 1188–1190. (In Russ.).

4. Zyryanov A. V. Razmeshchenie torgovykh predpriyatii [The Location of Commercial Enterprises]. Moscow, Ekonomist, 2006. (In Russ.).

5. Ivanov G. G., Mayorova E. A., Nikishin A. F. Reytingovanie regionov RF na osnove indikatora sotsial'noy effektivnosti torgovli [Rating of Russian Regions Based on the Indicator of Social Efficiency of Trade]. *Ekonomika. Biznes. Banki* [Economics. Business. Banks], 2017, Vol. 1 (18), pp. 39–51. (In Russ.).

6. Kurushina N. V. Metody planirovaniya razmeshcheniya roznichnoy torgovli v gorode [Methods of Planning to Locate Retail Business in a City]. *Problemy social'no-ehkonomicheskogo razvitiya Sibiri* [Issues of Social and Economic Development in Siberia], 2015, Vol. 3 (21), pp. 17–21. (In Russ.).

7. Panasenko S. V., Stukalova I. B., Mazunina T. A. Napravleniya razvitiya sovremennoy roznichnoy torgovli [Directions of Modern Retail Trade]. *Rossiyskoe predprinimatel'stvo* [Russian Entrepreneurship], 2018, Vol. 3 (19), pp. 599–608. (In Russ.).

8. Petrov P. V., Solomatin A. N. Ekonomika tovarnogo obrashcheniya [The Economics of Commodity Circulation]. Moscow, Infra-M, 2001. (In Russ.).

9. Serebryakov S. V., Shmerling K. G., Malakhov P. I. Planirovanie gorodskoi torgovoi seti [Planning of Urban Commercial Network]. Moscow, Ekonomika, 1968. (In Russ.).

10. Chernyaga R. Obosnovanie metodicheskikh podhodov k raschetu normativov obespechennosti naseleniya torgovymi ploshchadyami [The Description of Methodological Approaches of Calculation the Standards of Provision Population with Retail Space]. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Ehkonomika i pravo* [Today's Science: Acute Problems of Theory and Practice. Series: Economics and Law], 2016, Vol. 4, pp. 49–54. (In Russ.).

11. Chkalova O. V. Torgovoe delo. Organizatsiya, tekhnologiya i proektirovanie torgovykh predpriyatii [Business. Organization, Technology and Designing of Trade Enterprises]. Moscow, Forum, Infra-M, 2013. (In Russ.).

12. Shaklanova R. I., Yusova V. V. Ekonomika torgovoi otrasli [Economy Trade Industry]. Moscow, Yurait, 2014. (In Russ.).

13. Christaller W. Central Places in Southern Germany, translated by C. W. Baskin. Englewood Cliffs, NJ, 1967.

14. Huff D. L. A Probabilistic Analysis of Shopping Center Trade Areas. *Land Economics*, 1963, No. 39, pp. 81–90.

15. Lasch A. The Economics of Location, 2nd ed., translated by W. H. Woglom with the assistance of W. F. Stolper. New Haven, CT, 1954.

16. Luce R. Individual Choice Behaviour. New York, John Wiley & Sons, 1959.

17. Reilly W. J. The Law of Retail Gravitation. New York, 1931.

Сведения об авторе

Оксана Сергеевна Карашук

кандидат экономических наук,
доцент кафедры торговой политики
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени
Г. В. Плеханова», 117997, Москва,
Стремянный пер., д. 36.

E-mail: kseniak72@mail.ru

Information about the author

Oksana S. Karashchuk

PhD, Assistant Professor
of the Department
for Commercial Policy
of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: kseniak72@mail.ru