

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации
Центросоюз Российской Федерации
Союз рынков России



**ОПТОВЫЕ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ РЫНКИ
И КОНЦЕПЦИЯ ИХ РАЗВИТИЯ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ:
ИТОГИ, ПРОБЛЕМЫ И ЗАДАЧИ**

Монография

Москва
Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
2024

УДК 339.1

ББК 65.42

О-62

Авторский коллектив:

С. У. Нуралиев — доктор экономических наук, профессор, *Д. Л. Зубов* — доктор экономических наук, *С. В. Грицай* — кандидат экономических наук, *Н. В. Кузнецов*, *А. Г. Лифинцев*, *Г. С. Кириенко* — кандидат юридических наук, *М. Ю. Захаров* — кандидат технических наук, *О. А. Кораблев*, *О. В. Илюшечкина*.

Рецензенты:

С. В. Киселев — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой агроэкономики МГУ им. М. В. Ломоносова;

А. И. Алтухов — доктор экономических наук, профессор, академик Российской академии наук.

О-62 Оптовые продовольственные рынки и Концепция их развития в Российской Федерации: итоги, проблемы и задачи : научное издание / [С. У. Нуралиев, Д. Л. Зубов, С. В. Грицай и др.]. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. — 150 с.

ISBN 978-5-394-05962-9.

Монография подготовлена на основе анализа информационно-аналитических материалов субъектов Российской Федерации по реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 27.09.2021 № 2689-р, и Плана мероприятий по реализации этой Концепции в 2022–2026 гг., утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 11.04.2022 № 832-р.

Предназначена для оказания информационной, консультационной, методической и практической помощи федеральным и региональным органам государственной власти, органам местного самоуправления, управляющим компаниям оптовых продовольственных рынков, региональным союзам потребительской кооперации, бизнес-ассоциациям в реализации основных задач Концепции развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации, достижении поставленных целей и ожидаемых результатов.

ISBN 978-5-394-05962-9

© Коллектив авторов, 2024

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2024

ВВЕДЕНИЕ

Обеспечение продовольственной безопасности страны и стабилизация цен на внутреннем рынке в условиях макроэкономической нестабильности на внешнем рынке зависит от эффективности государственной торгово-экономической политики, уровня развития инфраструктуры оптовой и розничной торговли продовольствием и наличия гарантированных каналов сбыта продукции отечественных товаропроизводителей на внутреннем рынке.

Важнейшее условие решения этой проблемы — создание условий для развития добросовестной конкуренции в сфере производства, переработки и реализации готовой продукции, формирования эффективной товаропроводящей инфраструктуры, обеспечивающей оперативный режим транспортировки, хранения и доставки этой продукции до конечного потребителя.

Зарубежный опыт показывает, что самой оптимальной и эффективной системой распределения скоропортящейся продукции в современных условиях является реализация этой продукции через оптовые продовольственные рынки, которые создаются в крупных городах и промышленных центрах, где формируется основной спрос на продовольствие.

Оптовый продовольственный рынок (ОПР) — это многофункциональное предприятие, которое представляет товаропроизводителям и оптовым поставщикам продукции оборудованные торговые места с сопутствующей инфраструктурой и комплексом сервисных услуг для организации оптовой торговли скоропортящейся продукцией в определенное время и по установленным правилам.

Такая товаропроводящая инфраструктура оптовой торговли продовольственными товарами обеспечивает оперативную поставку продукции конечным потребителям и полноту территориального охвата региона, высокую пропускную способность и соответствие санитарно-эпидемиологическим требованиям, низкие удельные затраты и гарантированный сбыт продукции региональных сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Формирование инфраструктуры оптового продовольственного рынка в условиях монополизации каналов сбыта крупными компаниями и торговыми сетями открывает возможность малым и средним сельхозтоваропроизводителям и предприятиям потребительской кооперации для реализации скоропортящейся продукции на внутреннем рынке.

Создание такого эффективного рыночного канала сбыта позволит преодолеть монополию торговых сетей, исключить значительное количество неорганизованных посредников в системе обращения продуктов питания, приведет к снижению издержек обращения и стабилизации цен, повышению качества и конкурентоспособности отечественного продовольствия на внутреннем рынке.

Как показывает зарубежный опыт, система оптовых продовольственных рынков решает также социальные и экономические проблемы общества, связанные с продовольственным снабжением и удовлетворением спроса в продуктах питания всех категорий населения, развитием агропродовольственного комплекса и обеспечением продовольственной безопасности страны.

Важное место в решении этой проблемы отводится формированию эффективного механизма государственной поддержки создания, развития и регулирования деятельности оптовых продовольственных рынков. Эти каналы сбыта занимают ведущее место в системе распределения продуктов питания и на их долю приходится около 50% скоропортящейся продукции.

Основной задачей Концепции развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации и Плана мероприятий по реализации Концепции на 2022–2026 гг., утвержденных Правительством Российской Федерации, является создание организационно-правовых и экономических условий для развития многоформатной инфраструктуры оптовой торговли продовольствием и системы оптовых продовольственных рынков.

В соответствии с Планом мероприятий по реализации Концепции вопросы консультационного и методического обеспечения, подготовки программы поддержки проектов и мониторинга развития оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации возложены на Минпромторг России, Центросоюз России и Союз рынков России.

В настоящее время во многих субъектах Российской Федерации ведется работа по реализации Концепции и Плана мероприятий по созданию и развитию оптовых продовольственных рынков. Для оказания практической помощи региональным и местным органам власти в решении этой задачи разработаны сборники информационно-аналитических и методических материалов реализации Концепции создания регионального оптового продовольственного рынка.

Для оказания консультационной и методической помощи субъектам Российской Федерации в реализации Концепции и Плана мероприятий Центросоюзом России, Союзом рынков России и Минпромторгом России:

- проведены экспертные сессии в рамках международного Форума бизнеса и власти “Неделя Российского Ритейла” в Москве и межрегиональных форумов в Калининграде, Южно-Сахалинске, Новосибирске, Махачкале, Уфе, Нижнем Новгороде, Владивостоке;

- подготовлены, изданы и доведены до органов государственной власти субъектов Российской Федерации сборники информационно-аналитических материалов о зарубежном опыте государственной поддержки создания и эксплуатации этих научно-обоснованных и экономически оправданных каналов сбыта скоропортящейся продукции;

- организована консультационная и научно-методическая помощь органам государственной власти субъектов Российской Федерации и бизнесу в реализации Концепции создания оптового продовольственного рынка с учетом региональных особенностей и существующей торгово-сбытовой инфраструктуры.

Вместе с тем реализация Концепции и Плана мероприятий по созданию и развитию оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации требует консолидации и концентрации усилий федеральных, региональных и местных органов власти на формировании и развитии эффективных каналов сбыта на основе тесного их взаимодействия с потребительской кооперацией, отраслевыми союзами и ассоциациями.

1. ИТОГИ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ОПТОВЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ И ЗАДАЧИ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И БИЗНЕСА

1.1. Предпосылки и необходимость Концепции развития оптовых продовольственных рынков

Текущая ситуация в сфере обращения продуктов питания характеризуется отсутствием эффективных каналов оптовой и розничной торговли продовольствием, усилением монополии крупных зарубежных компаний и торговых сетей, обострением проблемы сбыта продукции малых и средних сельхозпредприятий на внутреннем рынке, ростом издержек в системе товародвижения и повышением цен на продукты питания.

Экономические реформы и приватизация объектов оптовой торговли, прошедшая в 1990-е гг., коренным образом изменили положение на продовольственном рынке страны. Многие объекты оптовой торговли стали приходить в упадок из-за отсутствия эффективных собственников и финансовых ресурсов для их поддержания в рабочем состоянии.

Стремление предприятий оптовой торговли продовольствием и новых собственников торгово-сбытовой инфраструктуры улучшить свое финансовое положение за счет повышения тарифов на оказываемые услуги резко сократило число пользователей этих услуг, что привело к обострению проблемы сбыта продукции малых и средних сельхозпредприятий, росту цен и снижению конкурентоспособности отечественного продовольствия на внутреннем рынке.

Рыночная экономика способствовала появлению в товаропроводящей цепочке многочисленных посредников, которые не имели опыта работы в новых условиях и были вынуждены арен-

довать у новых собственников товаропроводящей инфраструктуры складские и производственные помещения, осваивать новые виды услуг оптовой торговли продовольственными и непродовольственными товарами.

По оценке ведущих экономистов в области обеспечения экономической и продовольственной безопасности страны, в условиях рыночной экономики важнейшим фактором развития агропродовольственного рынка и решения проблемы продовольственного снабжения населения является формирование эффективной системы оптовой торговли.

Выполняя торговые, маркетинговые, логистические и информационные услуги, а также услуги по хранению, складированию, транспортировке, упаковке, оптовая торговля тесно связывает сельскохозяйственных товаропроизводителей со сбытом, создавая им благоприятные условия для более быстрого и полного удовлетворения потребительского спроса населения в продуктах питания необходимого качества и ассортимента.

Поэтому органы государственной власти в экономически развитых странах всемерно способствуют созданию и развитию эффективной системы оптовой торговли продовольственными товарами. По их мнению, такая система оптовой торговли удовлетворяет товаропроизводителей и потребителей, стабилизирует цены и оптимизирует товарные потоки, способствует развитию продовольственного рынка и обеспечению продовольственной безопасности страны.

Эффективность функционирования системы оптовой торговли продовольствием в новых экономических условиях во многом зависит от эффективности взаимодействия органов власти и бизнеса, использования новых информационных технологий и маркетинговых исследований.

Ситуация, складывающаяся на продовольственном рынке страны, характеризуется высокими издержками в системе товародвижения и снижением конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей. Все это требует от органов государственной власти и бизнеса особого внимания к формированию эффективной системы оптовой торговли, способной быстро и без потерь поставлять потребителям высококачественные и безопасные для

здоровья продукты питания в нужном количестве и по доступным ценам.

Важная роль в решении этой задачи отводится созданию и развитию оптовых продовольственных рынков (ОПР), отвечающих современным требованиям и международным стандартам. Из-за их отсутствия в системе товародвижения сохраняются большое количество торговых посредников, слабая информированность участников рынка, неэффективность транспортных перевозок и высокий уровень логистических издержек.

За годы рыночных реформ практически не сформирована эффективная система оптовой и розничной торговли продовольствием, не решается проблема сбыта продукции малых и средних сельхозпредприятий, не обеспечиваются оптимизация и финансовая прозрачность товарных потоков.

Все это усложняет отечественным товаропроизводителям и перерабатывающим предприятиям сбыт произведенной продукции, ущемляет их экономические интересы и ведет к неоправданному удорожанию торговых издержек, снижению качества продукции и росту цен.

В плановой экономике государственная торгово-экономическая политика способствовала формированию и развитию государственных и кооперативных каналов сбыта. Государственные каналы сбыта характерны в большей степени для снабжения населения крупных городов, а кооперативные — для малых городов и сельских населенных пунктов.

Доля государственных каналов сбыта составляла около 70%, а кооперативных каналов сбыта — 30%. При этом государственные и кооперативные каналы сбыта развивались при поддержке государства, совершенствовался механизм ценообразования и регулирования торговых наценок для полного удовлетворения потребностей всех категорий населения в продуктах питания. Динамика развития этих каналов сбыта представлена на рис. 1.

С переходом к рынку государство резко сократило финансовую поддержку даже тех объектов, которые имеют общехозяйственное значение и остаются в государственной собственности. В такой ситуации отсутствие любого элемента системы оптовой торговли может стать сдерживающим фактором на пути товародвижения от производителя к потребителю.

В условиях отсутствия эффективной торгово-сбытовой политики в 1990-е гг. многие крупные зарубежные торговые компании (“Метро”, “Ашан” и др.) начали создавать и развивать свою торгово-сбытовую инфраструктуру, особенно в крупных городах, где формируется основной спрос на продукты питания, а в 2000-е гг. начали развиваться сначала федеральные, а затем региональные торговые сети.

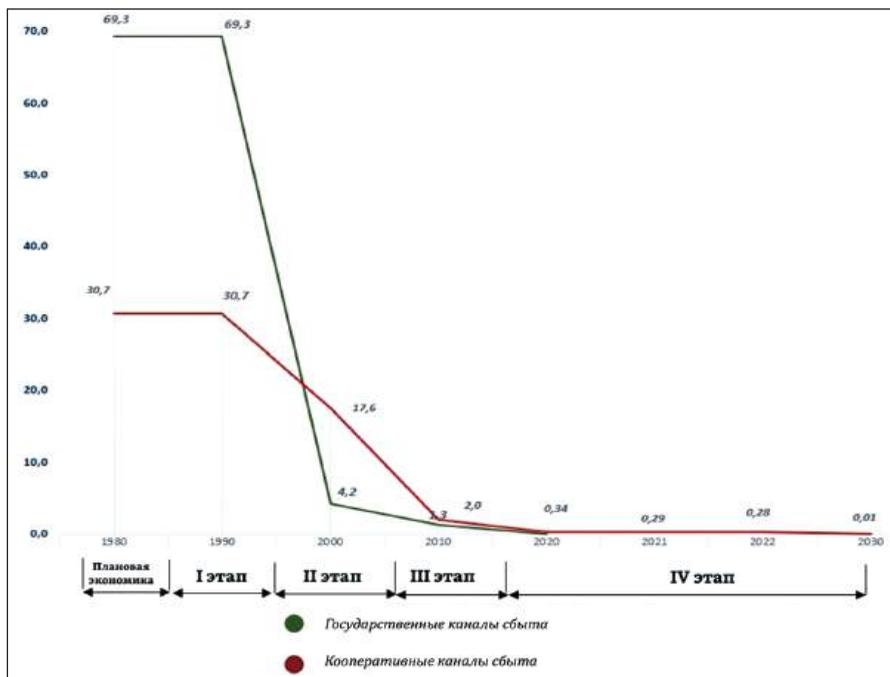


Рис. 1. Удельный вес государственных и кооперативных каналов сбыта в Российской Федерации за 1990–2023 гг., %

Источник: по данным Росстата и Центросоюза России.

С 2020 г. на продовольственном рынке страны начала активно развиваться электронная торговля. Этому способствовали ограничения, введенные государством из-за угрозы распространения новой коронавирусной инфекции Covid-19, а также возросший спрос на этот канал сбыта продовольствия со стороны конечных потребителей (населения). Динамика развития этих каналов сбыта представлена на рис. 2.

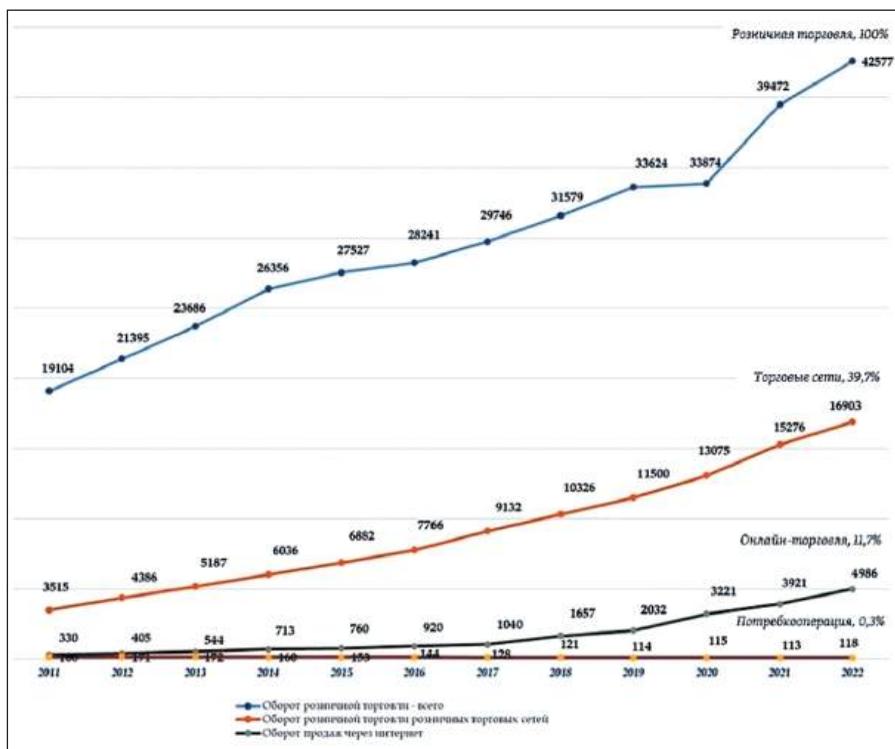


Рис. 2. Динамика развития розничной торговли и рыночных каналов сбыта в Российской Федерации в 2011–2023 гг., млрд руб.

Источник: по данным Росстата.

Важное место в решении проблемы продовольственной безопасности страны и стабилизации цен на продукты питания отводится также розничным рынкам. Развитие этих каналов сбыта, как показывает зарубежный опыт, является приоритетным направлением государственной поддержки при разработке и реализации торгово-экономической политики.

Принятие Федерального закона № 271-ФЗ от 30.12.2006 “О розничных рынках и внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации” привело к многократному сокращению количества розничных рынков и снижению их удельного веса в обороте розничной торговли с 19,6 до 4,4% (рис. 3).

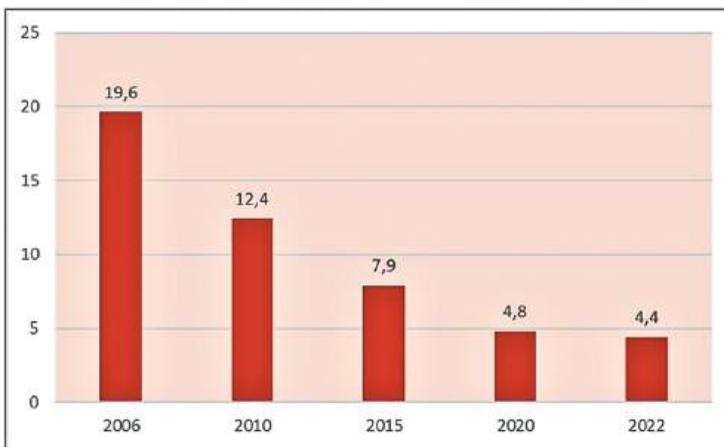


Рис. 3. Удельный вес оборота розничных рынков в розничной торговле Российской Федерации за 2006–2022 гг., %

Источник: по данным Росстата.

Как показывает зарубежный опыт, в условиях рыночной экономики реализация плодоовощной, мясной, рыбной и другой скоропортящейся продукции осуществляется по двум основным каналам сбыта, которые имеют свои особенности и конкурентные преимущества. Эффективность выбора того или другого канала сбыта для сельскохозяйственного товаропроизводителя зависит прежде всего от объемов производства и реализации этой продукции.

Первый канал сбыта предполагает формирование прямых торгово-сбытовых связей между товаропроизводителями и предприятиями розничной торговли. По этим каналам сбыта реализуется примерно половина скоропортящейся продукции, производимой преимущественно в крупных сельхозпредприятиях и агрохолдингах. Реализация этой продукции осуществляется в основном через крупные торговые сети по определенным правилам и требованиям.

Второй канал сбыта предполагает реализацию скоропортящейся продукции через оптовые продовольственные рынки, создаваемые в крупных городах для продовольственного снабже-

ния населения и обеспечения продовольственной безопасности страны. Этот канал используется в основном для решения проблемы сбыта продукции малых и средних сельхозпредприятий, которые нуждаются в государственной поддержке.

В связи с этим важнейшая задача оптового продовольственного рынка — создание условий для решения проблемы гарантированного сбыта продукции малых и средних сельхозпредприятий на внутреннем рынке и обеспечения продовольственной безопасности страны независимо от экономической и политической ситуации на внешнем рынке на основе развития многоформатной инфраструктуры оптовой торговли продовольствием.

Оптовый продовольственный рынок в товаропроводящей цепочке и системе товародвижения обеспечивает эффективную связь между товаропроизводителем и потребителем. В отличие от других каналов сбыта оптовый продовольственный рынок может рассматриваться как организатор оптовой торговли, создающий условия оптовым поставщикам для реализации продукции в определенном месте, где происходит встреча спроса и предложения. Тем самым подчеркивается особая роль оптового продовольственного рынка в организации оптовой торговли сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием, а также в формировании и развитии эффективных торгово-экономических связей на продовольственном рынке.

Эта особенность отличает оптовый продовольственный рынок от других каналов сбыта, а также от конечных потребителей и непосредственных товаропроизводителей, определяет специфику их маркетинговой стратегии, направленной, с одной стороны, на оптимизацию закупок, с другой — на организацию сбыта.

Роль оптового продовольственного рынка в решении проблемы продовольственного снабжения населения определяется также его местом в системе товародвижения и выполняемыми им функциями. При этом следует иметь в виду, что любой сельскохозяйственный товаропроизводитель на оптовом продовольственном рынке, вступая в рыночные контакты, может оказаться как в роли оптового продавца, так и в роли оптового покупателя.

Оптовый поставщик в роли покупателя приобретает товар для получения дохода в процессе перепродажи на оптовом про-

довольственном рынке. В этом случае он старается производить закупки в местах производства более дешевой продукции, содействуя таким образом углублению специализации и концентрации производства в наиболее благоприятных природно-экономических зонах, снижению издержек и повышению конкурентоспособности продукции.

Сельскохозяйственный товаропроизводитель как поставщик продукции, имея устойчивые связи с розничной торговлей, получает объективную информацию о запросах потребителей и таким образом может регулировать объемы производства, ассортимент и качество производимой продукции, приводя их в соответствие со спросом и гарантируя сбыт произведенного товара.

Кроме того, имея устойчивые связи с товаропроизводителями, оптовый продовольственный рынок может существенно улучшить экономическое положение сотрудничающих с ним предприятий розничной торговли через организацию регулярной доставки продукции рациональными и оптимальными партиями, освобождая их от необходимости строительства и содержания складских помещений.

Оптовые продовольственные рынки, оказывая сельскохозяйственным товаропроизводителям, предприятиям розничной торговли и общественного питания услуги по транспортировке, складированию и хранению продукции, стимулированию ее сбыта, информационно-консультационную поддержку, а также предоставляя им кредитные ресурсы, снижают риск их деятельности на продовольственном рынке. В конечном итоге все это обеспечивает эффективность торгового процесса, снижает совокупные издержки обращения, ускоряет процесс товародвижения, устраняет товарный дефицит, следовательно, удешевляет стоимость продукции и повышает ее конкурентоспособность на продовольственном рынке.

Субъекты оптовой торговли на оптовом продовольственном рынке выступают в форме отдельных предприятий (организаций), которые приобретают и хранят товары крупными партиями и перепродают их розничной торговле, общественному питанию, другим торговым организациям и потребителям. В этом случае они выступают как торговые предприятия, которые выполняют

полный комплекс закупочно-сбытовых операций с правом собственности на товар.

Эффективное функционирование каждого отдельного участника оптовой торговли возможно при наличии целого блока обслуживающих структур, которые оказывают им транспортно-экспедиционные, складские, информационно-маркетинговые, страховые, финансово-кредитные и другие услуги.

Важную роль оптовый продовольственный рынок играет в формировании межрегиональных продовольственных связей. Для России это имеет особое значение в связи с огромной территорией страны, различной специализацией ее отдельных регионов, климатическими условиями и необходимостью транзита товарных потоков сельскохозяйственной продукции и продовольствия через территорию региона.

Следует отметить, что оптовой торговле принадлежит важная роль в формировании объективного уровня рыночных цен на отдельные виды сельскохозяйственной продукции. В странах с развитой рыночной экономикой эти функции реализуются через оптовые продовольственные рынки, товарные биржи и аукционы, а складывающиеся на них цены служат ориентиром для других каналов сбыта сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

Система оптовых продовольственных рынков дает возможность государству регулировать уровень рыночных цен на отдельные виды продукции с помощью интервенционных операций, создавать более благоприятные условия для сбыта продукции отечественного производства, обеспечивать равноправный и конкурентный выход на оптовый рынок непосредственных товаропроизводителей скоропортящейся продукции.

Одновременно оптовая торговля в соответствии с правилами, принятыми на оптовом продовольственном рынке, и установленными требованиями способствует повышению культуры торговли, гарантирует исполнение сделок через систему аккредитации и страхования, обеспечивает лабораторный контроль и качество продукции, поступающей на оптовый рынок для последующей реализации ее в розничной торговле.

Оптовый продовольственный рынок занимает особое место в системе товародвижения на продовольственном рынке страны. Он выступает соединяющим звеном между производителем

ми и потребителями продукции, определяет отношения между ними и играет важную роль в поддержании устойчивости и эффективности функционирования продовольственного рынка, обеспечении продовольственной безопасности страны и стабилизации цен.

Таким образом, создание эффективной системы оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации на основе тщательного изучения зарубежного опыта государственной поддержки, развития и регулирования их деятельности — важнейшее условие обеспечения продовольственной безопасности страны и стабилизации цен на внутреннем рынке.

1.2. Итоги реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков за 2022–2023 годы

Указом Президента Российской Федерации от 21.06.2020 № 474 определены основные национальные цели развития Российской Федерации на период до 2030 г. Для реализации этих целей в установленные сроки распоряжением Правительства Российской Федерации от 02.09.2021 № 2424-р утвержден Национальный план (дорожная карта) развития конкуренции в Российской Федерации на 2021–2025 гг.

В соответствии с п. 5 раздела III мероприятий этого Национального плана распоряжением Правительства Российской Федерации от 27.09.2021 № 2689-р утверждена Концепция развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации (*приложение 1*).

Основная цель Концепции развития оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации — формирование и развитие многоформатной инфраструктуры оптовой торговли продуктами питания для обеспечения продовольственной безопасности страны и стабилизации цен на внутреннем рынке.

Для реализации поставленных целей и достижения ожидаемых результатов распоряжением Правительства Российской Федерации от 11.04.2022 № 832-р утвержден План мероприятий по реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков на 2022–2026 гг. (*приложение 2*).

Необходимым условием эффективной реализации мероприятий, утвержденных Правительством Российской Федерации, является создание в каждом крупном городе субъекта Российской Федерации, где формируется основной спрос на продукты питания, одного оптового продовольственного рынка, отвечающего современным требованиям и методическим рекомендациям Минпромторга России.

Важнейшая задача оптовых продовольственных рынков, как показывает зарубежный опыт, — решение проблемы сбыта продукции малых и средних сельхозпредприятий на внутреннем рынке, которые в условиях недобросовестной конкуренции и внешних угроз еще в большей степени нуждаются в эффективной государственной поддержке.

Другие важнейшие задачи этих каналов сбыта, создаваемых в субъектах Российской Федерации в соответствии с указанными распоряжениями, — оптимизация товарных и финансовых потоков, минимизация издержек в системе обращения и повышение конкурентоспособности продукции отечественных товаропроизводителей на внутреннем рынке.

Решение этих задач обеспечивается на основе создания оптимальных условий неорганизованным оптовым посредникам, которые возникли в 1990-е гг. из-за отсутствия эффективной торгово-сбытовой политики при переходе от плановой к рыночной экономике и нарушения экономических связей в товаропроводящей цепочке.

Концентрация этих многочисленных неорганизованных посредников в одном месте на территории оптового продовольственного рынка способствует созданию оптимальных условий для развития добросовестной конкуренции между ними, обеспечению качества и безопасности продуктов питания, оптимизации издержек и стабилизации цен на внутреннем рынке.

Обеспечение контроля качества продукции, поступающей на оптовый рынок для ее дальнейшей реализации в розничной торговле, — еще одна важнейшая задача управляющей компании оптового продовольственного рынка. Для ее решения на территории рынка функционирует лаборатория ветеринарного и санитарного контроля, которая исключает возможность поступления некачественной продукции конечному потребителю.

Важная роль в оптимизации товарных потоков и минимизации издержек отводится информационно-маркетинговому центру, который ежедневно осуществляет мониторинг цен и объемов продаж. Публикация этой информации в открытых источниках и размещение ее на сайте управляющей компании дают возможность товаропроизводителям и другим поставщикам скоропортящейся продукции регулировать объемы поставок продукции на рынок в зависимости от изменений спроса и цен на реализуемую продукцию.

Кроме того, Концепция развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации и План мероприятий по ее реализации, утвержденные Правительством Российской Федерации, предоставляют возможность органам государственной власти субъектов Российской Федерации и региональным союзам потребительской кооперации более эффективно использовать торгово-сбытовую инфраструктуру для восстановления и развития кооперативных каналов сбыта.

Важное условие в реализации этой задачи — создание закупочно-сбытовых кооперативов, которые аккумулируют продукцию малых и средних сельхозпредприятий в местах массового ее производства и обеспечивают поставку этой продукции на оптовый продовольственный рынок, создаваемый в крупном городе, где формируется основной спрос на эту продукцию.

План мероприятий по реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации на 2022–2026 гг., утвержденный распоряжением Правительства Российской Федерации от 11.04.2022 № 832-р, состоит из *шести пунктов*. Перечень этих мероприятий с указанием ответственных исполнителей и сроков выполнения этих мероприятий по каждому пункту Плана представлен в *приложении 2*.

Пункт 1 предусматривает внесение изменений в Федеральный закон “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”, Налоговый кодекс Российской Федерации и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в части урегулирования вопросов осуществления торговой деятельности на оптовых продовольственных рынках, создаваемых в субъектах Российской Федерации.

Проекты Федерального закона “О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”, Налогового кодекса и КОАП, согласованные с федеральными органами исполнительной власти и Рабочей группой Экспертного сообщества при Правительственной комиссии по торговле (Протокол № РГДС 90 от 10.03.2023), были представлены Минпромторгом России в Правительство Российской Федерации в установленные сроки (30 марта 2023 г.).

К сожалению, изменения в указанные законопроекты в части развития и регулирования торговой деятельности на оптовом продовольственном рынке, разработанные в соответствии с пунктом 1, до сих пор не внесены и не приняты. Отсутствие изменений в федеральном законодательстве — один из основных факторов, сдерживающих реализацию Концепции развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации.

Пункт 2 предусматривает внесение изменений в национальные стандарты Российской Федерации: *ГОСТ Р 51303-2013* “Торговля. Термины и определения” и *ГОСТ Р 51773-2009* “Услуги торговли. Классификация предприятий торговли”.

Для реализации этого пункта в установленные сроки в декабре 2022 г. была создана рабочая группа из специалистов Центросоюза России, Союза рынков России, Роскачества, Минпромторга России и Росстандарта, которая 30 марта 2023 г. представила в Росстандарт и Минпромторг России согласованные изменения в национальные стандарты для утверждения их в установленном порядке.

Изменения в национальные стандарты, предусмотренные в соответствии с этим пунктом, утверждены в установленные сроки. Приказом Росстандарта от 30.06.2023 № 469-ст утвержден новый национальный стандарт Российской Федерации *ГОСТ Р 51303-2023* “Торговля. Термины и определения”, который вступил в действие 1 октября 2023 г. взамен национального стандарта *ГОСТ Р 51303-2013*.

В новый ГОСТ включены восемь новых терминов и определений:

- 1) рынок;
- 2) оптовый продовольственный рынок;

- 3) организатор оптового продовольственного рынка;
- 4) торговый зал оптового продовольственного рынка;
- 5) оптовый продавец;
- 6) предприятие оптовой торговли;
- 7) торговое место;
- 8) услуги оптовой торговли.

Новые термины и определения, утвержденные этим ГОСТом, дают возможность органам государственной власти субъектов Российской Федерации, организаторам, инвесторам и управляющим компаниям оптовых продовольственных рынков избежать возможных ошибок и неэффективных потерь при реализации целей и задач Концепции в регионе.

Наряду с новым национальным стандартом приказом Росстандарта от 29.06.2023 № 449-ст утверждено и введено в действие с 1 октября 2023 г. *Изменение № 1* в национальный стандарт *ГОСТ Р 51773-2009* “Услуги торговли. Классификация предприятий торговли”, предусматривающее ряд требований к созданию оптового продовольственного рынка, основными из которых являются:

- требования по минимальной площади для создания в регионе оптового продовольственного рынка, основанное на оценке емкости рынка или спроса на реализуемую скоропортящуюся продукцию. Минимальная площадь оптового продовольственного рынка по этому стандарту должна быть 10 га;

- требования к реализуемой продукции в соответствии с этим ГОСТом предусматривают, что оптовые продовольственные рынки предназначены для реализации преимущественно скоропортящейся продукции (плодоовощной, мясной, рыбной), а также для реализации других сопутствующих товаров.

Пункт 3 предусматривает консультационное и методическое обеспечение представителей органов государственной власти субъектов Российской Федерации. Реализация этого пункта Плана мероприятий предполагает разработку информационно-аналитических и методических материалов, проведение конференций, совещаний, форумов.

Все мероприятия, предусмотренные по данному пункту, выполнены в полном объеме. Подготовлены, изданы и доведены до органов государственной власти субъектов Российской Федерации:

- сборник материалов по зарубежному опыту организации и функционирования оптовых продовольственных рынков;
- сборник проектов типовых нормативных и методических материалов по созданию регионального оптового продовольственного рынка.

Кроме того, для оказания практической помощи субъектам Российской Федерации за 2022–2023 гг. Минпромторгом России, Центросоюзом России и Союзом рынков России проведены экспертные сессии в рамках Международного форума “Неделя Российского Ритейла” в Москве и межрегиональных форумов “Дни Российского Ритейла” в Калининграде, Южно-Сахалинске, Новосибирске, Махачкале, Уфе, Владивостоке и других городах.

В 2024–2026 гг. работа по консультационному и научно-методическому обеспечению органов государственной власти субъектов Российской Федерации и бизнеса в соответствии с этим пунктом Плана мероприятий будет продолжена.

Пункт 4 предполагает разработку программы поддержки проектов по созданию оптовых продовольственных рынков и подготовку доклада в Правительство Российской Федерации для принятия решения.

Выполнение этого пункта является самым сложным и самым важным в реализации Концепции и Плана мероприятий по созданию и развитию оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации, утвержденных Правительством Российской Федерации. От выполнения этого пункта Плана мероприятий во многом зависят сроки реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации.

К сожалению, программа государственной поддержки проектов по созданию и модернизации оптовых продовольственных рынков до сих пор не принята и не утверждена, что ставит под угрозу реализацию Концепции и Плана мероприятий в установленные сроки.

Пункт 5 предполагает мониторинг состояния и развития оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации и подготовку доклада в Правительство Российской Федерации о ходе реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации.

Реализация пункта 5 Плана мероприятий и Концепции развития оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации во многом зависит от реализации пунктов 1 и 4 этого Плана мероприятий.

Для реализации поставленных целей и достижения ожидаемых результатов Концепции, Центросоюзом России и Союзом рынков России обобщены информационно-аналитические материалы органов государственной власти субъектов Российской Федерации, региональных союзов потребительской кооперации и бизнес-ассоциаций и использованы при подготовке доклада в Правительство Российской Федерации за 2022–2023 гг.

Пункт 6 предусматривает обобщение лучших практик и положительного опыта создания (организации, модернизации) оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации и при необходимости подготовку предложений и рекомендаций органам государственной власти субъектов Российской Федерации для использования в работе.

Выполнение п. 6 Плана мероприятий представляется возможным после создания пилотных оптовых продовольственных рынков, оценки их эффективности и соответствия требованиям Концепции развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации.

Одним из основных факторов, сдерживающих реализацию Концепции и Плана мероприятий в субъектах Российской Федерации, как показывают исследования, является отсутствие программы поддержки проектов создания (организации, модернизации) оптовых продовольственных рынков, предусмотренной п. 4 Плана мероприятий.

В условиях отсутствия государственной поддержки значительно возрастает роль законодательного и нормативно-правового регулирования деятельности оптовых продовольственных рынков, необходимости формирования федерального реестра и внесения изменений в Федеральный закон “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”.

В связи с этим представляется целесообразным ускорить принятие этого закона. Предложения по указанным вопросам для рас-

смотрения на парламентских слушаниях и включения их в итоговые рекомендации Центросоюза России и Союза рынков России направлены в Государственную Думу 4 марта 2024 г.

Важными факторами, сдерживающими реализацию Концепции и Плана мероприятий, являются также отсутствие объективной информации о роли и задачах оптовых продовольственных рынков в решении проблемы продовольственной безопасности страны и стабилизации цен на внутреннем рынке, игнорирование зарубежного опыта поддержки развития и регулирования деятельности оптовых продовольственных рынков и Методических рекомендаций Минпромторга России.

Для решения указанной проблемы Центросоюз России, Союз рынков России совместно с Минпромторгом России в 2022 г. разработали и утвердили Программу подготовки и переподготовки специалистов для оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации. В соответствии с указанной программой на базе Сибирского университета потребительской кооперации организована работа по подготовке и переподготовке специалистов.

С учетом анализа зарубежного опыта создания и развития оптовых продовольственных рынков и региональных особенностей производства и потребления продуктов питания Методическими рекомендациями, утвержденными приказом Минпромторга России от 25.03.2022 № 1006, в Российской Федерации предлагается реализовать модель “один регион — один оптовый продовольственный рынок” (кроме Москвы и Санкт-Петербурга).

К сожалению, многие органы государственной власти субъектов Российской Федерации игнорируют эти требования и предлагают земельные участки, не отвечающие требованиям ГОСТа, разработанного в соответствии с п. 2 Плана мероприятий и вступившего в силу с 1 октября 2023 г., а также требованиям Методических рекомендаций Минпромторга России.

Для эффективной реализации основных целей и задач Концепции считаем необходимым повысить ответственность органов государственной власти субъектов Российской Федерации за своевременное и качественное выполнение мероприятий, утвержденных Правительством Российской Федерации.

1.3. Рекомендации по размещению оптовых продовольственных рынков

Анализ информационно-аналитических материалов и предложений органов государственной власти субъектов Российской Федерации, поступивших по итогам реализации Концепции и Плана мероприятий за 2022–2023 гг., показывает необходимость разработки оптимальной схемы размещения оптовых продовольственных рынков (ОПР) в субъектах Российской Федерации с учетом региональных особенностей и существующей торгово-сбытовой инфраструктуры.

Схема размещения оптовых продовольственных рынков позволит органам государственной власти субъектов Российской Федерации создать эффективную систему оптовой торговли продовольствием и более рационально использовать экономические ресурсы и возможности региона для развития многоформатной инфраструктуры оптовой торговли продовольствием.

Основные игроки на оптовых продовольственных рынках — это оптовые поставщики скоропортящейся продукции и закупочно-сбытовые кооперативы, создаваемые в субъектах Российской Федерации для решения проблемы сбыта продукции малых и средних сельхозпредприятий на оптовом продовольственном рынке, создаваемом в крупном городе, где формируется основной спрос на эту продукцию.

Оптовые продовольственные рынки, создаваемые в субъектах Российской Федерации, предоставляют возможность региональным союзам потребительской кооперации, имеющим соответствующую торгово-сбытовую инфраструктуру, формировать более эффективные межрегиональные продовольственные связи, организовать движение продукции из регионов, где она производится с превышением спроса, в регионы, где этой продукции производится недостаточно для удовлетворения внутреннего спроса.

Для реализации указанных возможностей нужна совместная работа региональных союзов потребительской кооперации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и непосредственно биз-

неса, принимающего участие в создании и управлении оптовыми продовольственными рынками.

Для эффективной реализации Концепции очень важно изучить механизм и регламент работы самого оптового продовольственного рынка, который в своей структуре должен иметь торговый зал для ежедневной организации оптовой торговли продовольствием. Такой механизм организации оптовой торговли способствует оптимизации товарных и финансовых потоков, минимизации издержек и товарных запасов, развитию конкуренции и стабилизации цен на внутреннем рынке.

Важнейшими факторами, влияющими на оптимизацию создания и размещения оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации, в соответствии с Концепцией их развития являются анализ показателей спроса и уровня обеспеченности населения региона в основных продуктах питания, оценка потенциальных возможностей и экономических ресурсов региона, емкости регионального продовольственного рынка.

Существуют различные механизмы и варианты оценки и определения емкости рынка. Наиболее оптимальным и эффективным вариантом оценки емкости рынка при выборе земельного участка для размещения оптового продовольственного рынка и определения основных его параметров является нормативный метод.

Этот метод основан на использовании средних норм потребления основных видов продукции, разработанных наукой и утвержденных Минздравом России с учетом различных факторов, характеризующих возраст потребителей, вид трудовой деятельности, региональные и климатические особенности и т. д.

С учетом этих особенностей приказом Минздрава России № 614 от 19.08.2016 утверждены средние нормы потребления основных видов продовольствия на 1 человека в год: овощей — 140 кг, фруктов — 100 кг, картофеля — 90 кг, мяса — 74 кг, рыбы — 28 кг. Суммарная нормативная потребность на 1 человека по данным видам продовольствия составляет 432 кг в год.

Методическими рекомендациями Минпромторга России, разработанными в соответствии с распоряжениями Правительства Российской Федерации и с учетом зарубежного опыта государственной поддержки создания оптовых продовольственных

рынков и регулирования их деятельности, предусмотрено создать в одном субъекте Российской Федерации (кроме Москвы и Санкт-Петербурга) один оптовый рынок, отвечающий современным требованиям и международным стандартам.

С учетом анализа зарубежного опыта, требований Концепции развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации и региональных особенностей страны, обусловленных численностью городского и сельского населения, плотностью их размещения и необходимостью развития межрегиональной интеграции и кооперации, предлагается создать два вида оптовых продовольственных рынков: **ОПР национального значения** и **ОПР регионального значения**.

Основные технико-экономические показатели ОПР национального и регионального значения, рассчитанные с учетом численности обслуживаемого ими населения и утвержденных приказом Минздрава России от 19.08 2016 № 614 норм потребления основных видов скоропортящейся продукции на 1 человека, представлены в табл. 1.

Товарооборот оптового продовольственного рынка национального и регионального значений в табл. 1 определен, исходя из суммарной нормативной емкости рынка скоропортящейся продукции субъекта Российской Федерации с учетом понижающего коэффициента 0,5.

Этот коэффициент означает, что 50% объемов скоропортящейся продукции, как и в странах с развитой рыночной экономикой, будет реализовано через ОПР, а остальные 50% — по прямым связям.

Причем в первом случае через оптовые продовольственные рынки реализуется в основном продукция, производимая на малых и средних сельхозпредприятиях, которые в большей степени нуждаются в государственной поддержке решений проблем сбыта. Во втором случае, т. е. по прямым связям, реализуется продукция, производимая в основном крупными агрохолдингами и сельхозтоваропроизводителями через крупные торговые сети.

В соответствии с требованиями Концепции и Методических рекомендаций Минпромторга России и с учетом зарубежного опыта и региональных особенностей страны при создании ОПР

**Технико-экономические показатели ОПП
национального и регионального значения**

№ п/п	Основной показатель	Единица измерения	Оптовые продовольственные рынки	
			национального значения	регионального значения
1	Численность населения обслуживаемого ОПП (Чн)	млн чел.	≈3,0	≈1,5
2	Нормы потребления на 1 человека (Нп)*:			
	овощи	кг	140	140
	фрукты	кг	100	100
	картофель	кг	90	90
	мясо и мясопродукты	кг	74	74
	рыба и рыбопродукты	кг	28	28
3	Нормативная емкость рынка (Ен)**:			
	овощи	тыс. т	420,0	210,0
	фрукты	тыс. т	300,0	150,0
	картофель	тыс. т	270,0	135,0
	мясо и мясопродукты	тыс. т	222,0	111,0
	рыба и рыбопродукты	тыс. т	84,0	42,0
4	Суммарная емкость рынка субъекта РФ (общий объем товарооборота)	тыс. т	1296,0	648,0
5	Товарооборот ОПП (коэф. 0,5) (п. 4 х 0,5)	тыс. т	648,0	324,0
6	Площадь земельного участка	га	≈50	≈20
7	Количество торговых мест	единиц	≈400	≈200
8	Площадь торгового места	кв. м	≈40	≈40
9	Площадь торговых мест (п. 7 х п. 8)	кв. м	16 000	8 000

№ п/п	Основной показатель	Единица измерения	Оптовые продовольственные рынки	
			национального значения	регионального значения
10	Общая площадь торговых помещений (+25%)	кв. м	20 000	10 000
11	Площадь складских помещений (5 раз)	кв. м	100 000	50 000
12	Площадь офисных помещений арендаторов	кв. м	9000	4500
13	Площадь административных офисных помещений	кв. м	1000	500
14	Площадь вспомогательных помещений	кв. м	3000	1500
15	Общая площадь торговых, складских, офисных и вспомогательных помещений	кв. м	133 000	66 500

* Нп — утверждены Приказом Минздрава России от 19.08.2016 № 614 (в ред. приказов Минздрава от 25.10.2019 № 887, от 01.12.2020 № 1276, от 30.12.2022 № 821).

** Нормативная емкость рынка (Ен) определяется по формуле $E_n = Ч_n \times Нп$.

Примечание. Технико-экономические показатели ОПР национального и ОПР регионального значения являются расчетными и могут корректироваться с учетом региональных особенностей производств и потребления продуктов питания.

и включении их в федеральный реестр представляется целесообразным все субъекты Российской Федерации в зависимости от численности населения и объемов спроса на продукцию разделить на *три группы* (рис. 4).

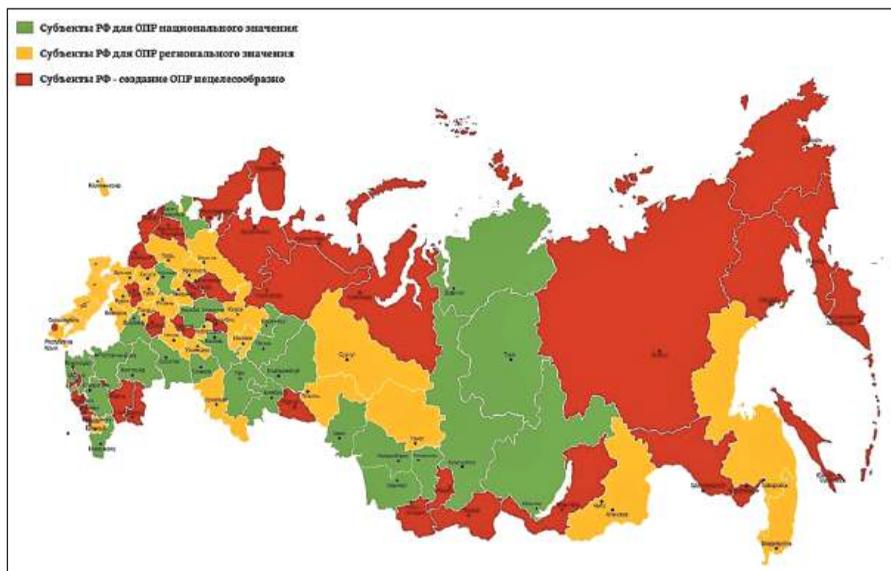


Рис. 4. Группировка субъектов Российской Федерации по объему спроса или емкости рынка для создания ОПР национального или регионального значения

Первая группа — крупные регионы с высоким спросом и численностью населения в регионе свыше 2,0 млн человек. По данным Росстата, количество таких субъектов в Российской Федерации составляет 24, общая численность населения по этим субъектам — 91,7 млн человек, или около 60% от общей численности населения Российской Федерации. Эти регионы на рис. 4 выделены зеленым цветом.

Годовая нормативная емкость рынка овощей, фруктов, картофеля, мясной и рыбной продукции в субъектах Российской Федерации, где предлагается создавать ОПР национального значения, рассчитанная, исходя из средних норм потребления продуктов питания, утвержденных приказом Минздрава России, представлена в табл. 2.

**Нормативная емкость рынка по основным видам продукции субъектов РФ
с численностью населения свыше 2 млн чел. (ОПР национального значения)**

№ п/п	Субъект Российской Федерации	Население, тыс. чел.	Нормативная емкость, тыс. т					Суммарная емкость, тыс. т
			Овощи	Фрукты	Карто- фель	Мясо	Рыба	
1	Москва	13 015,1	1822,1	1301,5	1171,4	963,1	364,4	5622,5
2	Московская область	8542,3	1195,9	854,2	768,8	632,1	239,2	3690,3
3	Санкт-Петербург	5607,9	785,1	560,8	504,7	415,0	157,0	2422,6
4	Ленинградская область	2006,0	280,8	200,6	180,5	148,4	56,2	866,6
5	Новосибирская область	2797,5	391,6	279,7	251,8	207,0	78,3	1208,5
6	Свердловская область	4263,7	596,9	426,4	383,7	315,5	119,4	1841,9
7	Республика Татарстан	4000,1	560,0	400,0	360,0	296,0	112,0	1728,0
8	Нижегородская область	3108,9	435,2	310,9	279,8	230,1	87,0	1343,1
9	Челябинская область	3421,6	479,0	342,2	307,9	253,2	95,8	1478,1
10	Красноярский край	2856,3	399,9	285,6	257,1	211,4	80,0	1233,9
11	Самарская область	3164,4	443,0	316,4	284,8	234,2	88,6	1367,0
12	Ростовская область	4192,3	586,9	419,2	377,3	310,2	117,4	1811,1
13	Республика Башкортостан	4091,6	572,8	409,2	368,2	302,8	114,6	1767,6
14	Омская область	1851,5	259,2	185,2	166,6	137,0	51,8	799,9
15	Краснодарский край	5832,0	816,5	583,2	524,9	431,6	163,3	2519,4
16	Воронежская область	2302,6	322,4	230,3	207,2	170,4	64,5	994,7
17	Пермский край	2525,1	353,5	252,5	227,3	186,9	70,7	1090,9
18	Волгоградская область	2492,8	349,0	249,3	224,4	184,5	69,8	1076,9

№ п/п	Субъект Российской Федерации	Население, тыс. чел.	Нормативная емкость, тыс. т					Суммарная емкость, тыс. т
			Овощи	Фрукты	Карто- фель	Мясо	Рыба	
19	Саратовская область	2431,0	340,3	243,1	218,8	179,9	68,1	1050,2
20	Алтайский край	2154,9	301,7	215,5	193,9	159,5	60,3	930,9
21	Республика Дагестан	3186,9	446,2	318,7	286,8	235,8	89,2	1376,7
22	Иркутская область	2363,4	330,9	236,3	212,7	174,9	66,2	1021,0
23	Кемеровская область — Кузбасс	2592,0	362,9	259,2	233,3	191,8	72,6	1119,7
24	Ставропольский край	2902,5	406,3	290,2	261,2	214,8	81,3	1253,9
	Итого по субъектам РФ	91 702,4	12 838	9170	8253	6786	2568	39 616
	В % к общей численно- сти и общей потребно- сти	59,9	59,9	59,9	59,9	59,9	59,9	59,9
	Всего по РФ	153 210	19917	14 555	15 015	11 184	3064	63 735

Примечание. В 24 субъектах РФ целесообразно создать 26 ОПР национального значения.

В указанных в табл. 2 субъектах Российской Федерации целесообразно создавать *ОПР национального значения*. Численность населения, обслуживаемого ОПР национального значения в этих регионах с учетом прилегающих к нему территорий, может составлять от 2,0 до 4,0 млн человек.

В Москве и Московской области численность населения, обслуживаемого ОПР, значительно выше и составляет более 20,0 млн человек, а численность населения Санкт-Петербурга и Ленинградской области, обслуживаемого ОПР национального значения, составляет около 8,0 млн человек.

Количество субъектов Российской Федерации, где могут создаваться ОПР национального значения с учетом особенностей и требований Концепции развития и Методических рекомендаций Минпромторга России, составляет 24, а количество ОПР национального значения в этих регионах (первой группы) — 26.

Вторая группа — регионы с общей численностью населения в субъекте Российской Федерации от 1 до 2 млн человек. Количество таких субъектов Российской Федерации составляет 30, общая численность населения по этим субъектам — 40,8 млн человек, или 26,6% от общей численности населения Российской Федерации. На рис. 4 эти регионы выделены желтым цветом.

Годовая нормативная емкость рынка по указанным видам продукции в субъектах Российской Федерации, где целесообразно создавать ОПР регионального значения, рассчитанная, исходя из средних норм потребления продуктов питания, утвержденных приказом Минздрава России от 19.08.2016 № 614, представлена в табл. 3.

В субъектах Российской Федерации с численностью населения в пределах от 1,0 до 2,0 млн человек целесообразно создавать *ОПР регионального значения*. Количество субъектов Российской Федерации, отвечающих таким критериям, составляет 30, количество ОПР регионального значения в этих субъектах также составит 30.

Третья группа — регионы с численностью населения менее 1,0 млн человек. Количество таких субъектов в Российской Федерации составляет 35, общая численность населения — 20,7 млн человек, или 13,5% от общей численности населения Российской Федерации. Указанные регионы на рис. 4 выделены красным цветом.

**Нормативная емкость рынка по основным видам продукции субъектов РФ
с численностью населения от 1 до 2 млн чел. (ОПР регионального значения)**

№ п/п	Субъект Российской Федерации	Население, тыс. чел.	Нормативная емкость, тыс. т				Суммар- ная емкость, тыс. т	
			Овощи	Фрукты	Карто- фель	Мясо		Рыба
1	Тюменская область	1602,7	224,4	160,3	144,2	118,6	44,9	692,4
2	Удмуртская Республика	1448,9	202,9	144,9	130,4	107,2	40,6	625,9
3	Хабаровский край	1292,8	181,0	129,3	116,3	95,7	36,2	558,5
4	Ульяновская область	1191,7	166,8	119,2	107,2	88,2	33,4	514,8
5	Приморский край	1842,0	257,9	184,2	165,8	136,3	51,6	795,7
6	Ярославская область	1205,6	168,8	120,6	108,5	89,2	33,8	520,8
7	Томская область	1062,7	148,8	106,3	95,6	78,6	29,8	459,1
8	Оренбургская область	1855,8	259,8	185,6	167,0	137,3	52,0	801,7
9	Рязанская область	1098,6	153,8	109,9	98,9	81,3	30,8	474,6
10	Белгородская область	1536,5	215,1	153,6	138,3	113,7	43,0	663,8
11	Пензенская область	1261,1	176,6	126,1	113,5	93,3	35,3	544,8
12	Чувашская Республика	1183,9	165,7	118,4	106,6	87,6	33,1	511,4
13	Липецкая область	1138,1	159,3	113,8	102,4	84,2	31,9	491,7
14	Калининградская область	1031,0	144,3	103,1	92,8	76,3	28,9	445,4
15	Тульская область	1496,7	209,5	149,7	134,7	110,8	41,9	646,6
16	Кировская область	1149,2	160,9	114,9	103,4	85,0	32,2	496,4
17	Курская область	1078,2	150,9	107,8	97,0	79,8	30,2	465,8
18	Тверская область	1226,0	171,6	122,6	110,3	90,7	34,3	529,6
19	Брянская область	1164,6	163,0	116,5	104,8	86,2	32,6	503,1

№ п/п	Субъект Российской Федерации	Население, тыс. чел.	Нормативная емкость, тыс. т				Суммар- ная емкость, тыс. т	
			Овощи	Фрукты	Карто- фель	Мясо		Рыба
20	Владимирская область	1342,2	187,9	134,2	120,8	99,3	37,6	579,8
21	Республика Крым	1931,1	270,4	193,1	173,8	142,9	54,1	834,2
22	Калужская область	1073,3	150,3	107,3	96,6	79,4	30,1	463,6
23	Забайкальский край	1000,5	140,1	100,1	90,0	74,0	28,0	432,2
24	Чеченская Республика	1514,6	212,0	151,5	136,3	112,1	42,4	654,3
25	Вологодская область	1138,4	159,4	113,8	102,5	84,2	31,9	491,8
26	Ханты-Мансийский АО — Югра	1713,8	239,9	171,4	154,2	126,8	48,0	740,3
27	ДНР	2198,0	307,7	219,8	197,8	162,7	61,5	949,5
28	Запорожская область	1636,0	229,0	163,6	147,2	121,1	45,8	706,8
29	ЛНР	1397,0	195,6	139,7	125,7	103,4	39,1	603,5
30	Херсонская область	998,9	139,8	99,9	89,9	73,9	28,0	431,5
	Итого по субъектам РФ	40 810	5713	4081	3673	3020	1143	17 630
	В % к общей численно- сти и общей потребности	26,64	26,64	26,64	26,64	26,64	26,64	26,64
	Всего по РФ	153 210	19 917	14 555	15 015	11 184	3064	63735

Примечание. В 30 субъектах РФ целесообразно создать 30 ОПР регионального значения.

Годовая нормативная емкость рынка по основным видам продукции в субъектах Российской Федерации с численностью населения менее 1,0 млн человек (самая низкая) представлена в табл. 4.

В этих субъектах создание оптовых продовольственных рынков является **нецелесообразным** и требующим дополнительного обоснования. При необходимости и экономическом обосновании в этих субъектах могут создаваться оптовые продовольственные рынки или их функции в данных регионах могут выполнять розничные рынки, ярмарки и другие существующие объекты торговой и бытовой инфраструктуры.

Таким образом, общее количество ОПР национального значения и ОПР регионального значения, создаваемых в 54 субъектах Российской Федерации с численностью населения свыше 1 млн человек, составит 56. В этих регионах проживает 86,5% населения страны, соответственно, спрос в скоропортящейся продукции составляет тоже 86,5%.

Создание ОПР национального и регионального значения в этих регионах позволит решить проблему сбыта продукции большинства малых и средних сельхозпредприятий, обеспечить продовольственную безопасность страны и стабилизацию цен на внутреннем рынке независимо от экономической и политической ситуации на внешнем рынке.

Выбор земельного участка для создания ОПР — важнейший фактор обеспечения конкурентоспособности новых каналов сбыта и необходимое условие эффективной реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации и Плана мероприятий, утвержденных Правительством Российской Федерации на 2022–2026 гг.

Все оптовые продовольственные рынки, создаваемые в регионах в соответствии с Концепцией и Планом мероприятий по ее реализации, являются универсальными и предназначены для реализации плодоовощной, мясной, рыбной и другой скоропортящейся продукции, которая требует особых условий хранения, транспортировки и реализации.

Учитывая региональные особенности страны и низкий уровень обеспеченности населения свежей рыбной продукцией, представляется целесообразным создавать специализированные опто-

**Нормативная емкость рынка по основным видам продукции субъектов РФ
с численностью населения менее 1 млн чел.**

№ п/п	Субъект Российской Федерации	Население, тыс. чел.	Нормативная емкость, тыс. т					Суммарная емкость, тыс. т
			Овощи	Фрукты	Карто- фель	Мясо	Рыба	
1	Архангельская область	974,6	136,4	97,5	87,7	72,1	27,3	421,0
2	Республика Саха (Якутия)	997,8	139,7	99,8	89,8	73,8	27,9	431,1
3	Тамбовская область	979,2	137,1	97,9	88,1	72,5	27,4	423,0
4	Республика Бурятия	978,0	136,9	97,8	88,0	72,4	27,4	422,5
5	Астраханская область	957,8	134,1	95,8	86,2	70,9	26,8	413,8
6	Ивановская область	924,1	129,4	92,4	83,2	68,4	25,9	399,2
7	Кабардино-Балкарская Республика	904,3	126,6	90,4	81,4	66,9	25,3	390,7
8	Смоленская область	886,9	124,2	88,7	79,8	65,6	24,8	383,1
9	Республика Мордовия	781,4	109,4	78,1	70,3	57,8	21,9	337,6
10	Курганская область	772,3	108,1	77,2	69,5	57,2	21,6	333,6
11	Амурская область	763,6	106,9	76,4	68,7	56,5	21,4	329,9
12	Республика Коми	734,4	102,8	73,4	66,1	54,3	20,6	317,2
13	Орловская область	710,0	99,4	71,0	63,9	52,5	19,9	306,7
14	Республика Северная Осетия	685,4	96,0	68,5	61,7	50,7	19,2	296,1
15	Республика Марий Эл	676,4	94,7	67,6	60,9	50,0	18,9	292,2
16	Мурманская область	665,2	93,1	66,5	59,9	49,2	18,6	287,4
17	Исковская область	596,9	83,6	59,7	53,7	44,2	16,7	257,9
18	Новгородская область	581,6	81,4	58,2	52,3	43,0	16,3	251,2

№ п/п	Субъект Российской Федерации	Население, тыс. чел.	Нормативная емкость, тыс. т				Суммарная емкость, тыс. т	
			Овощи	Фрукты	Карто- фель	Мясо		Рыба
19	Костромская область	578,0	80,9	57,8	52,0	42,8	16,2	249,7
20	Севастополь	547,5	76,6	54,7	49,3	40,5	15,3	236,5
21	Республика Хакасия	533,0	74,6	53,3	48,0	39,4	14,9	230,3
22	Республика Карелия	532,4	74,5	53,2	47,9	39,4	14,9	230,0
23	Республика Ингушетия	519,0	72,7	51,9	46,7	38,4	14,5	224,2
24	Ямало-Ненецкий АО	511,9	71,7	51,2	46,1	37,9	14,3	221,1
25	Республика Адыгея	497,7	69,7	49,8	44,8	36,8	13,9	215,0
26	Сахалинская область	466,0	65,2	46,6	41,9	34,5	13,0	201,3
27	Карачаево-Черкесская Республика	465,4	65,1	46,5	41,9	34,4	13,0	201,0
28	Республика Тыва	337,3	47,2	33,7	30,4	25,0	9,4	145,7
29	Камчатский край	289,0	40,5	28,9	26,0	21,4	8,1	124,9
30	Республика Калмыкия	264,2	37,0	26,4	23,8	19,6	7,4	114,1
31	Республика Алтай	210,8	29,5	21,1	19,0	15,6	5,9	91,1
32	Еврейская АО	147,4	20,6	14,7	13,3	10,9	4,1	63,7
33	Магаданская область	134,6	18,8	13,5	12,1	10,0	3,8	58,1
34	Чукотский АО	47,5	6,7	4,8	4,3	3,5	1,3	20,5
35	Ненецкий АО	41,5	5,8	4,1	3,7	3,1	1,2	17,9
	Итого по субъектам РФ	20 693	2897	2069	1862	1531	579	8939
	В % к общей численности и общей потребности	13,51	13,51	13,51	13,51	13,51	13,51	13,51
	Всего по РФ	153 210	19 917	14 555	15 015	11 184	3064	63 735

Примечание. В 35 субъектах РФ с численностью населения менее 1 млн чел создание ОПР нецелесообразно или будет дополнителенного обоснования.

вые рыбные рынки в регионах массового производства (добычи) этой продукции (Владивосток, Мурманск, Астрахань).

Создание специализированных оптовых рыбных рынков в указанных городах позволит обеспечить регулярную и оперативную поставку морепродуктов в крупные города и промышленные центры, формировать эффективные межрегиональные продовольственные связи и удовлетворить потребности населения страны в данной продукции.

2. РЕГЛАМЕНТ РАБОТЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА ОПТОВЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ

2.1. Механизм и регламент работы оптовых продовольственных рынков

Оптовый продовольственный рынок (ОПР) — организация (юридическое лицо), представляющая оборудованные торговые места оптовым торговцам и закупочно-сбытовым кооперативам, сельхозтоваропроизводителям и другим поставщикам скоропортящейся продукции и создающая им условия для организации оптовой торговли в определенном месте, в определенное время и по установленным правилам.

Предприятия розничной торговли и общественного питания, приобретая на оптовом рынке продовольствие в нужных объемах и ассортименте, не только экономят время и транспортные расходы на поиск и приобретение этих товаров, но и способствуют более справедливому ценообразованию на основе развития рыночной конкуренции.

Оптовый продовольственный рынок, выставя требования покупателям, задает всем участникам оптовой торговли определенные правила игры, суть которых сводится к улучшению качества и безопасности реализуемой продукции, расширению ассортимента и совершенствованию сервиса. Эти требования предъявляются товаропроизводителю как неперемное условие для производства конкурентоспособной продукции.

Наиболее эффективной организационно-правовой формой ОПР является акционерное общество с участием государства, что позволяет не допускать завышения арендной платы за торговые места и тарифов на оплату за другие оказываемые услуги, обеспечить условия для приоритетной торговли на них продукции оте-

чественных товаропроизводителей и организовать эффективную работу служб контроля качества продукции.

В качестве акционеров целесообразно привлекать региональные союзы потребительской кооперации, инвестиционные и финансовые организации, специализированные транспортные предприятия и страховые компании, другие коммерческие структуры, имеющие соответствующую торгово-сбытовую инфраструктуру, складские помещения и холодильники.

Опыт работы оптовых продовольственных рынков за рубежом показывает, что они постоянно совершенствуют свою работу, оказывают новые виды услуг, приспособляясь к требованиям покупателя. На этих рынках могут создаваться логистические распределительные центры, оказывающие услуги крупным торговым компаниям.

Модернизация существующей торгово-сбытовой инфраструктуры оптовой торговли при формировании эффективной системы функционирования оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации — одно из основных направлений совершенствования системы товародвижения скоропортящейся продукции и важнейший фактор повышения конкурентоспособности отечественного продовольствия на внутреннем рынке.

Отличительными особенностями ОПР являются механизм и регламент их работы. В странах с развитой рыночной экономикой оптовые продовольственные рынки, как правило, работают круглосуточно и без выходных. Механизм функционирования ОПР (регламент его работы) условно делится на три основных этапа:

— *на первом этапе* (обычно с 5:00 до 10:00) на оптовом рынке начинается оптовая торговля скоропортящейся продукцией; все предприятия розничной торговли и общественного питания, аккредитованные на рынке, закупают продукцию в необходимых объемах и ассортименте и размещают ее на полках магазина до открытия для реализации конечному потребителю;

— *на втором этапе* (с 10:00 до 14:00) на оптовом рынке осуществляются уборка и подготовка торговых и складских помещений к приемке и размещению новых партий скоропортящейся продукции; объемы поставок определяются поставщиком исходя из

спроса и цен, публикуемых маркетинговой службой в открытых источниках и размещаемых на сайте оптового рынка;

— *на третьем этапе* (с 14:00 до 5:00) осуществляются за-воз и размещение скоропортящейся продукции в торговом зале и складских помещениях для последующей реализации оптовым покупателям. Важное место на этом этапе уделяется организации входного контроля качества продукции службами санитарно-ветеринарного контроля, аккредитованными на оптовом рынке.

Такие механизм и регламент работы оптового продовольственного рынка соответствуют требованиям новой Концепции и предоставляют возможность сельскохозяйственным товаропроизводителям и уполномоченным ими оптовым поставщикам продукции минимизировать издержки на хранение, обеспечить гарантированный сбыт и получение дохода.

Основными задачами и видами деятельности управляющей компании ОПР являются предоставление в аренду торговых мест, складских и офисных помещений, оказание информационных, консультационных, рекламных, погрузочно-разгрузочных, коммунальных и других сервисных услуг оптовым продавцам и оптовым покупателям.

В процессе своей деятельности управляющая компания ОПР обеспечивает обустройство, содержание объектов эксплуатации, разрабатывает и утверждает правила торговли, контролирует их выполнение всеми участниками рынка, обеспечивает соблюдение санитарных и ветеринарных правил, устанавливает размеры тарифов и порядок взимания сборов за предоставляемые услуги.

Важное место отводится обеспечению сохранности товаров и безопасности участников торгового процесса, решению проблем водоснабжения и канализации, электро- и теплоснабжения, оказанию банковских услуг и содержанию торговых и складских помещений.

2.2. Структурные элементы оптовых продовольственных рынков и их основные задачи

Для выполнения основных функций в соответствии с Концепцией и регламентом работы оптовые продовольственные рынки

имеют соответствующие инфраструктурные элементы, обеспечивающие организацию оптовой торговли скоропортящейся продукцией, сохранение ее качества и безопасности для потребителя. Основные структурные элементы ОПР с учетом особенностей их функционирования представлены на рис. 5.

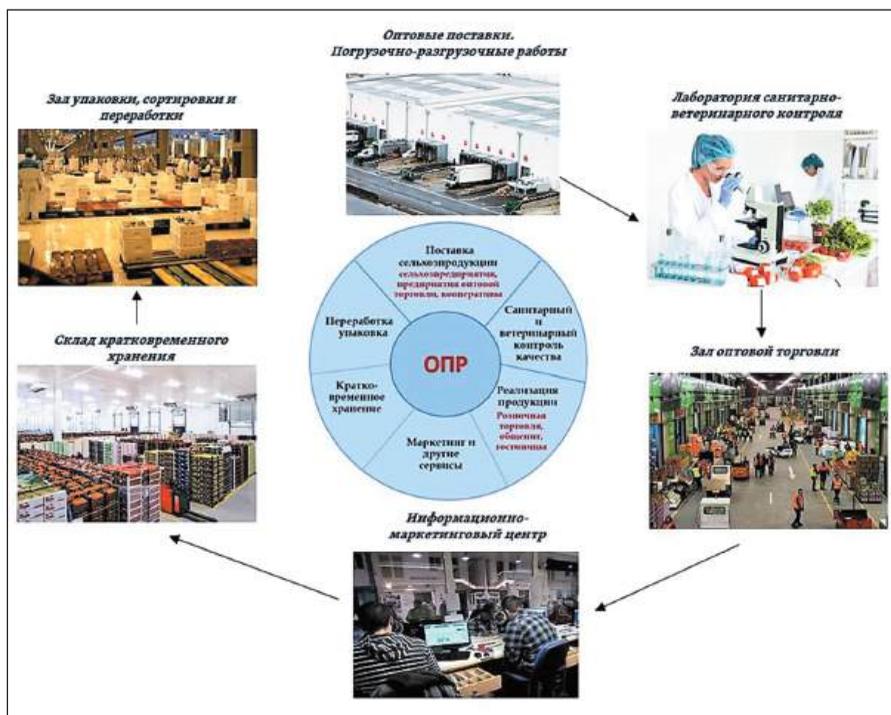


Рис. 5. Основные структурные элементы оптового продовольственного рынка

Важнейшим условием эффективного функционирования ОПР, создаваемых в соответствии с требованиями Концепции их развития и Методическими рекомендациями Минпромторга России, является выбор площадки для их размещения.

Зарубежный опыт показывает, что оптовые продовольственные рынки должны размещаться вблизи крупных городов на максимально удобном с точки зрения логистики земельном участке с развитой торгово-транспортной инфраструктурой.

Это объясняется тем, что Концепция создания и функционирования ОПР ориентирована на организацию оптовой торговли продовольствием, а не на хранение. По этой причине ОПР должны располагаться ближе к потребителю для обеспечения ритмичной поставки скоропортящейся продукции предприятиям розничной торговли и общественного питания.

С учетом этой особенности приказом Росстандарта от 30.06.2023 № 469-ст утвержден национальный стандарт Российской Федерации *ГОСТ Р 51303-2023* “Торговля. Термины и определения”; приказом Росстандарта от 29.06.2023 № 449-ст утверждены Изменения № 1 в национальный стандарт *ГОСТ Р 51773-2009* “Услуги торговли. Классификация предприятий торговли”, которые вступили в силу с 1 октября 2023 г.

В этих стандартах утверждены не только термины и определения, характеризующие структурные элементы оптового продовольственного рынка, но и требования, предъявляемые к ним, обеспечивающие реализацию основных целей и задач этих каналов сбыта.

Минимальная площадь земельного участка для организации ОПР в соответствии с национальными стандартами должна быть не менее 10 га. Максимальная площадь для ОПР национального значения может составлять 100–200 га и более.

Территория ОПР должна быть таких размеров, чтобы можно было свободно разместить все необходимые структурные элементы для организации оптовой торговли основных видов скоропортящейся продукции, кратковременного хранения и при необходимости помещений для подработки, переработки и упаковки скоропортящейся продукции.

Кроме того, территория оптового продовольственного рынка должна иметь достаточный резерв для дальнейшего развития и оказания дополнительных сервисных услуг. Она должна быть разграничена на функциональные зоны: торгово-складскую, административно-техническую, хозяйственную и т. д. Общий вид территории ОПР представлен на рис. 6.

В торговой зоне могут располагаться несколько павильонов для организации оптовой торговли плодоовощной, мясной, рыбной и другой продукцией. В этой зоне могут также находиться склад-



Рис. 6. Общий вид оптового продовольственного рынка

ские помещения и холодильники для кратковременного хранения скоропортящейся продукции.

В административно-технической зоне размещаются офисные помещения управляющей компании (администрации) ОПР, оптовых торговцев, арендующих торговые места на рынке, и обслуживающих компаний, осуществляющих дополнительные сервисные услуги участникам оптовой торговли продовольствием.

Организация санитарно-ветеринарного контроля качества продукции и обеспечения безопасности пищевых продуктов — важнейшая задача управляющей компании ОПР. Для решения этой задачи на территории рынка размещается лаборатория санитарно-ветеринарного контроля (рис. 7).

Лаборатория осуществляет входной контроль качества продукции, поступающей на оптовый продовольственный рынок для дальнейшей реализации ее в розничной торговле и общественном питании. Продукция, не отвечающая санитарным и ветеринарным нормам, не допускается на оптовый продовольственный рынок.



Рис. 7. Лаборатория санитарно-ветеринарного контроля

Продукция, отвечающая требованиям качества и безопасности пищевых продуктов, поступает в торговый зал ОПП непосредственно арендаторам торговых мест для последующей ее реализации оптовым покупателям — предприятиям розничной торговли и общественного питания (рис. 8).

Количество торговых мест и площадей торговых секций определяется, исходя из емкости рынка и объемов товарооборота каждого вида скоропортящейся продукции. Для удобства и оперативной организации оптовой торговли торговые павильоны должны иметь выходы на грузовые рампы для погрузки товаров на автомобили.

Еще одной важнейшей задачей ОПП является информационная и консультационная поддержка органов власти и участников рынка (оптовых продавцов и оптовых покупателей) для оптимизации товарных потоков и стабилизации цен на продукты питания.

Решение этой задачи обеспечивается информационно-маркетинговым центром, создаваемым управляющей компанией ОПП (рис. 9). Для этих целей маркетинговый центр ежедневно



Рис. 8. Торговый зал оптового продовольственного рынка

осуществляет сбор и обобщение информации об объемах продаж и ценах по основным видам продукции, которая публикуется в открытой печати и размещается на информационном сайте ОПР.

Эта информация позволяет сельхозтоваропроизводителям и другим оптовым поставщикам скоропортящейся продукции регулировать объем поставок этой продукции на рынок в зависимости от изменений цен.

В случае повышения цен товаропроизводители и другие поставщики могут увеличить объем поставок продукции, а при их снижении — уменьшить объемы поставок и стабилизировать цены.

На территории оптового продовольственного рынка могут быть размещены также складские помещения для кратковременного хранения скоропортящейся продукции, а также помещения для ее упаковки, сортировки и переработки.

При правильной и эффективной организации работы ОПР, информационно-маркетингового центра и других участников оптовой торговли продовольствием необходимость в складских и других вспомогательных помещениях отпадает.



Рис. 9. Информационно-маркетинговый центр

Необходимое условие реализации Концепции — наличие на оптовых продовольственных рынках торгового зала и торговых мест для сдачи в аренду сельскохозяйственным товаропроизводителям, закупочно-сбытовым кооперативам и другим оптовым торговцам для организации на территории рынка оптовой торговли.

Анализ маркетинговой информации и ее эффективное использование оптовыми торговцами и другими участниками рынка позволяет оптимизировать продовольственные потоки в товаропроводящей цепочке, минимизировать затраты и неэффективные потери, а также исключить необходимость и потребность в складских помещениях для кратковременного хранения, а также для подработки, переработки или упаковки продукции.

Для обеспечения гарантированной оплаты сельскохозяйственным товаропроизводителям и другим оптовым поставщикам за реализованную продукцию на оптовом рынке, как правило, функционирует отделение банка, которое регистрирует сделки и создает условия для решения этой проблемы с минимальными рисками.

Создание в каждом субъекте Российской Федерации по одному оптовому продовольственному рынку, отвечающему таким требованиям, позволит решить проблему сбыта скоропортящейся продукции предприятий малых и средних форм хозяйствования, устранил монополизацию каналов сбыта и последствия ошибок, допущенных на предыдущих этапах развития.

2.3. Основные преимущества оптовых продовольственных рынков

Основным преимуществом оптовых продовольственных рынков является то, что такая форма организации системы сбыта упорядочивает всю технологическую цепочку движения продовольствия (от товаропроизводителя до потребителя), обеспечивает равные условия всем оптовым поставщикам для сбыта продукции и удовлетворения спроса и потребностей населения.

Вторым важнейшим преимуществом ОПР, создаваемых в субъектах Российской Федерации, является создание условий для решения проблемы сбыта продукции малых и средних сельхозпредприятий, которые в большей степени нуждаются в государственной поддержке для обеспечения продовольственной безопасности страны и стабилизации цен в новых экономических условиях.

Эти каналы сбыта имеют существенные преимущества по сравнению с оптовыми распределительными центрами и в большей степени нуждаются в государственной поддержке, поскольку ОПР создают оптимальные условия для сбыта произведенной продукции и получения дохода за реализованную продукцию.

Основные преимущества оптовых продовольственных рынков для товаропроизводителей и государства представлены в табл. 5.

По сравнению с оптово-распределительными центрами основными преимуществами ОПР являются:

- 1) ориентированность ОПР на сбыт продукции непосредственно на территории оптового рынка, а не хранение этой продукции, приводящее к росту издержек и снижению качества, как на оптово-распределительных центрах;

Основные преимущества ОПР для экономических субъектов

Товаропроизводители	Потребители (население)	Государство
Сбыт продукции малых и средних сельхозпредприятий	Продовольственное снабжение населения крупных городов	Обеспечение продовольственной безопасности страны
Увеличение объемов производства и реализации продукции	Оптимизация издержек и снижение цен на продовольствие	Развитие конкуренции и стабилизация цен на внутреннем рынке
Развитие кооперативных каналов сбыта и конкуренции между оптовыми поставщиками	Обеспечение ритмичной поставки продукции в розничную торговлю	Эффективное использование экономических ресурсов и возможностей страны
Оптимизация издержек и формирование рыночной (справедливой) цены	Снабжение гостиниц, ресторанов и предприятий общепита	Создание рабочих мест и рост доходов в бюджет страны
Производство товаров, отвечающих требованиям конечного потребителя	Обеспечение качества и безопасности продуктов	Легализация товарных и финансовых потоков

2) создание условий малым и средним сельхозпредприятиям в решении проблемы сбыта произведенной продукции и обеспечении устойчивого их развития в монополизации каналов сбыта;

3) развитие многоформатной инфраструктуры оптовой торговли и добросовестной конкуренции между оптовыми поставщиками скоропортящейся продукции на территории оптового рынка и стабилизация цен на внутреннем рынке;

4) регулирование объемов поставок скоропортящейся продукции для последующей ее реализации в розничную торговлю на основе анализа маркетинговой информации и конъюнктуры рынка, оценки рыночных индикаторов и тенденций их изменения (спроса, цены, предложения);

5) оперативная и своевременная поставка скоропортящейся продукции в розничную торговлю, оптимизация товарных и финансовых потоков на продовольственном рынке, обеспечение качества и конкурентоспособности продукции отечественных товаропроизводителей на внутреннем рынке.

Реализация этих конкурентных преимуществ оптовых продовольственных рынков по сравнению с оптовыми распределительными центрами и другими каналами сбыта обеспечивается наличием соответствующей торгово-сбытовой инфраструктуры, торгового зала и условий для организации оптовой торговли продовольствием, механизмом и регламентом работы оптового рынка.

Отличительными особенностями оптовых продовольственных рынков являются:

1) организация оптовой торговли сельхозпродукцией, производимой малыми и средними сельхозпредприятиями;

2) наличие торгового зала и торговых мест для арендаторов (оптовых поставщиков);

3) восстановление и развитие кооперативных каналов сбыта, создание условий для развития конкуренции между оптовыми торговцами;

4) оптимизация издержек, сбыта продукции и получения дохода оптовыми поставщиками (товаропроизводителями);

5) справедливое рыночное ценообразование и стабилизация цен на продукты питания на основе развития конкуренции между оптовыми поставщиками;

6) основные выгодополучатели ОПР — малые и средние сельхозпредприятия, предприятия розничной торговли и общественного питания, население и государство.

Национальным стандартом Российской Федерации (ГОСТ Р 51303-2023 “Торговля. Термины и определения”), вступившим в силу с 1 октября 2023 г., утвержден термин “распределительный центр”.

В соответствии с этим стандартом *распределительный центр* — это товарный склад, осуществляющий исключительно хранение продовольственных и непродовольственных товаров, предназначенных для оптовой или розничной торговли, обеспечивающий рациональную реализацию функций товароснабжения предприятий торговли.

Оптовые распределительные центры, построенные в ряде регионов, в отличие от оптовых продовольственных рынков не предназначены для организации оптовой торговли продовольствием и не располагают необходимой для этого инфраструктурой.

Они представляют собой склады для хранения скоропортящейся продукции, что способствует росту затрат, ухудшению качества продукции и значительному ее удорожанию в розничной торговле.

При разработке Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования продовольственных рынков на 2013–2020 гг. в соответствии с поручением Правительства Российской Федерации предусматривалось создать оптовые продовольственные рынки. Однако из-за неэффективного вмешательства вместо Концепции развития ОПР была предложена Концепция развития оптово-распределительных центров, что привело к неэффективному их использованию и обострению проблемы сбыта малых и средних сельхозпредприятий.

Оптовые распределительные центры, построенные в соответствии с этой Концепцией в Новосибирске и других городах страны, не востребованы и используются в основном для хранения скоропортящейся продукции, способствуя увеличению издержек на хранение, подработку, упаковку и удорожанию продукции, снижению ее качества и конкурентоспособности на внутреннем рынке.

Ключевой задачей Концепции развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации и Плана мероприятий по их реализации на 2022–2026 гг., утвержденных Правительством Российской Федерации, является создание условий для организации эффективной системы оптовой торговли, обеспечения продовольственной безопасности страны и стабилизации цен на продукты питания в новых экономических условиях.

При создании и размещении ОПР в субъектах Российской Федерации региональные органы государственной власти и администрации городов должны руководствоваться зарубежным опытом государственной поддержки развития этих каналов сбыта и Методическими рекомендациями Минпромторга России.

Предложения по созданию и включению этих рынков в соответствующий реестр вносятся региональными органами исполнительной власти с учетом требований, предъявляемых к таким рынкам, их состояния и месторасположения, возможности расширения в перспективе, наличия и состояния инженерных коммуникаций и т. д.

Создание и развитие системы ОПР — необходимое условие для перехода продовольственного рынка в режим организованного цивилизованного функционирования. Эта система должна комплексно развиваться в направлении приспособления к изменяющимся условиям и быть направленной на максимальное удовлетворение запросов участников рынка в оказываемых ею торговых, транспортных и других услугах.

Рыночные преобразования в инфраструктурных системах формирования и развития оптовой торговли связаны со сменой собственности этих объектов и многообразием собственников, прекращением их инвестирования из государственного бюджета и использованием частных инвестиций, появлением новых элементов инфраструктуры, отсутствием координации развития системы оптовой торговли и их нормативно-правового обеспечения.

Необходимость координации государством развития системы оптовой торговли определяется разнообразием входящих в нее подсистем, находящихся в различных сферах экономики. Неорганизованность этого процесса ведет к ненужному дублированию отдельных элементов, распылению средств, их неэффективному использованию и в конечном итоге к сдерживанию перехода продовольственных рынков к цивилизованному режиму функционирования. Эти вопросы должны решаться государством через разработку стратегий (концепций) и программ развития системы оптовой торговли.

Рассматривая оптовый продовольственный рынок в качестве организатора оптовой торговли, следует отметить его роль в развитии современной системы оптовой торговли и формировании эффективных рыночных отношений. При этом необходимо подчеркнуть, что оптовая торговля, как и сфера услуг, сама создает предпринимательский доход и способствует развитию аграрного производства.

Таким образом, оптовый продовольственный рынок в товаропроводящей системе может рассматриваться как совокупность социально-экономических отношений в сфере производства и реализации сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, а оптовая торговля — как целостная система, объединяющая производителей, торговлю и потребителей сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.

3. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ОПТОВЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ

По оценке Всемирного союза оптовых рынков (WUWM), от 40 до 80% овощей, фруктов, мясной, рыбной и другой скоропортящейся продукции, производимой сельскохозяйственными товаропроизводителями, преимущественно малыми и средними сельхозпредприятиями, реализуются через оптовые продовольственные рынки, вследствие чего указанные каналы сбыта поддерживаются государством. В России эти каналы сбыта находятся на стадии формирования.

Именно поэтому изучение опыта стран с развитой рыночной экономикой в создании этих каналов сбыта — важнейшее условие их эффективного функционирования. При этом необходимо учитывать региональные особенности производства и потребления продуктов питания, существующую торгово-сбытовую и логистическую инфраструктуру.

Количество ОПР в зарубежных странах ограничено и определяется, исходя из количества крупных городов или административных территорий. С учетом этих особенностей и подходов в США действуют 50 ОПР, Англии — 26, Франции — 20, Германии — 16, Италии — 30, Испании — 23, Польше — 27, Японии — 88, Китае — 55, Австралии — 6 ОПР.

Важное значение отводится выбору земельного участка для размещения ОПР, который во многом определяет эффективность его работы и окупаемость инвестиций в его создание. Выбранный участок должен быть конкурентоспособным и располагаться ближе к предприятиям розничной торговли, общественного питания и конечному потребителю.

Такой подход к размещению ОПР в субъектах Российской Федерации позволит оптимизировать издержки в системе товародвижения, сохранить качество скоропортящейся продукции,

обеспечить оперативную и ритмичную поставку ее в розничную торговлю и общественное питание для реализации конечному потребителю.

В мировой практике выделяют две основные модели организации и функционирования оптовых продовольственных рынков. **Первая модель** основана на аукционной системе оптовой торговли скоропортящейся продукции. Для этой модели характерно жесткое государственное регулирование торговых наценок и правил торговли. Деятельность оптовых продавцов лицензируется государственными органами власти, а деятельность оптовых покупателей — муниципальными органами власти.

Япония. *Японская модель* основана на аукционной системе оптовой торговли продовольственными товарами. Решение о создании оптовых продовольственных рынков на государственном уровне приняли там в 1923 г. Была разработана и принята Национальная программа по оптовым продовольственным рынкам.

В соответствии с этим нормативным актом в Японии созданы и функционируют два вида оптовых продовольственных рынков:

- 1) центральные — в городах с численностью населения более 200 тыс. чел.;
- 2) местные — в городах и населенных пунктах с численностью населения менее 200 тыс. чел.

На центральных оптовых продовольственных рынках определение состава учредителей рынка и лицензирование оптовых поставщиков продовольствия осуществляются Министерством сельского, лесного и рыбного хозяйства Японии, а на остальных рынках — губернаторами. Через каждые пять лет состав учредителей и оптовых продавцов уточняется, при необходимости в него вносятся соответствующие изменения.

Вторая модель основана на создании условий для развития добросовестной конкуренции между оптовыми поставщиками скоропортящейся продукции на территории ОПР. Деятельность управляющей компании ОПР в этом случае осуществляется за счет доходов, получаемых от сдачи в аренду торговых мест и оказания услуг арендаторам для организации оптовой торговли на территории рынка.

Эта модель является наиболее распространенной в мировой практике; она дает возможность государственным и местным органам власти регулировать и защищать собственный продовольственный рынок от неконтролируемого ввоза импортного продовольствия.

В 56 городах Японии функционируют 88 центральных оптовых продовольственных рынков и 1586 местных или муниципальных оптовых продовольственных рынков. Эти рынки играют важную роль в сборе и распределении свежих продуктов питания и формировании структурных цен на них.

На долю оптовых рынков приходится от 70 до 90% общего товарооборота такими свежими продуктами питания, как фрукты и овощи, продукты рыболовства, цветы и другие декоративные растения. В товарообороте мясными изделиями на долю оптовых рынков приходится около 40% общего товарооборота.

Строительство оптовых рынков осуществлялось в основном за счет средств муниципальных органов управления; практически они же являются собственниками зданий, сооружений, оборудования на этих рынках.

Оптовые рынки работают в соответствии с принятым и действующим законодательством. Сельскохозяйственная продукция закупается у товаропроизводителей соответствующими организациями и поставляется на оптовый продовольственный рынок.

Для того чтобы поставить продукцию на оптовый рынок, эти организации должны иметь лицензию. Согласно закону, лицензии на поставку продовольствия на конкурсной основе выдает Министерство сельского, лесного и рыбного хозяйства Японии. Для участия в конкурсе и получения лицензии организация должна представить в конкурсную комиссию краткие технико-экономические обоснования и заявку.

На центральном оптовом рынке в г. Токио лицензии на поставку овощей и фруктов имеют семь организаций. Сельскохозяйственные товаропроизводители поручают этим организациям реализовать свою продукцию на оптовом рынке. После реализации этого товара оптовый рынок рассчитывается с поставщиком в течение 4 дней согласно договору. За услуги реализации скоропортящейся продукции оптовый рынок взимает комиссионные по овощам и фруктам в размере 8,5%, рыбе — 5,5%, мясу — 3,5%.

Основными покупателями продукции на оптовом рынке, как правило, являются предприятия общественного питания, торговли, пищевой и перерабатывающей промышленности. Лицензии на приобретение продукции с оптового рынка эти организации получают в муниципалитете. Количество оптовых покупателей также ограничено и составляет примерно 1500.

Вторая модель характерна для многих стран Европы, Азии и Америки.

Испания. *Испанская модель* также основана на сдаче в аренду торговых мест оптовым продавцам.

Для решения проблемы продовольственного обеспечения городского населения страны в середине 1960-х гг. правительством Испании было принято решение о разработке и внедрении программы совершенствования снабжения городского населения продовольствием. Программа предусматривала следующие мероприятия:

— целесообразное размещения рынков и урегулирование улично-транспортного движения в городах в целом;

— эффективное планирование в соответствии с ростом населения городов и использованием земель под предприятия торговли;

— поставка современного технического оборудования и специальных установок для погрузки — разгрузки и хранения скоропортящихся продуктов питания;

— сочетание государственных интересов с взаимной выгодой конкурирующих частных предприятий, функционирующих в сфере снабжения городов продуктами питания;

— эффективное обеспечение рентабельности капиталовложений и самофинансирование расширенного воспроизводства в будущем.

Для осуществления новой государственной политики правительством Испании в 1965 г. было создано государственное предприятие (ГК “Меркаса”) в форме акционерного общества. Основными акционерами ГК “Меркаса” являются: Министерство финансов — 51% и Министерство сельского хозяйства, питания и окружающей среды — 49%.

Основная задача ГК “Меркаса” — проверка деятельности центральных оптовых рынков крупнейших городов Испании и их мо-

дернизация путем создания совместных обществ на базе муниципалитетов с участием частных предпринимателей, добровольно выразивших желание принять долевое участие в акционерном капитале.

Такая экономическая политика определила роль центральных рынков как основного стратегического звена в эффективном обеспечении городского населения скоропортящимися продуктами.

Несмотря на давно отлаженные рыночные отношения в стране, государство не хотело выпускать из своих рук такой стратегический сектор, как снабжение населения продуктами питания. В связи с этим государство взяло на себя ответственность и гарантию за то, чтобы продовольствие доходило до каждого потребителя, в каком бы месте страны он не жил. В этих целях создаются все условия для торговли: торговые павильоны, административные здания, холодильники, транспортный центр для разгрузки и загрузки, гостиница, банковская служба, страховое отделение, бензоколонки и многие другие услуги.

Основное предназначение ОПП — свести вместе спрос и предложение в одном месте, организовать быструю куплю-продажу скоропортящихся продуктов. Сам процесс купли-продажи является задачей частных производителей и оптовых покупателей в виде предприятий розничной торговли, общественного питания и т. д.

Представители кооперативов или отдельные производители имеют в павильонах свои постоянные места, которые могут продать или сдать в аренду на какой-то срок, когда ими не пользуются. Если владелец не появляется “в лавочке” более семи дней, он лишается своего прилавка.

В 5 часов утра начинаются торги, в ходе которых формируются цены. А к 10 часам утра их уже передают по компьютерной сети всем оптовым рынкам фирмы “Меркаса”. Информация о торгах и ценах публикуется в печати, передается по радио и телевидению. Можно позвонить по телефону в службу информации, которая имеется на каждом оптовом продовольственном рынке.

Любой производитель и покупатель, в какой бы части страны ни находился, знакомится с ценами в считанные часы и решает, куда ему на следующий день выгоднее отправиться со своей продукцией, например в “Меркамадрид” или “Меркабарна”.

Продукция в зависимости от сорта и стоимости должна отвечать установленным требованиям: иметь определенный размер,

степень обработки, вкус, вид. Стандарты едины для всех рынков. Поэтому куда бы ни направил крестьянин свою продукцию, он уверен, что продаст ее именно по той категории, требованиям которой она отвечает. Установлен строгий двойной контроль: санитарный и качества. Он ведется всю ночь государственными инспекторами.

Центральными фигурами оптовых продовольственных рынков являются продавцы (производители продуктов) и оптовые покупатели. На крупных оптовых рынках (Мадрид, Барселона) можно совершать сделки с зарубежными странами. В провинциях чаще всего сделки осуществляются специализированными кооперативами сельских товаропроизводителей — животноводов, овощеводов и т. п.

Все оптовые рынки Испании являются рентабельными. Это позволяет освободить госбюджет от долгосрочных затрат: деньги идут на модернизацию строений и повышение качества услуг. Оптовые рынки неодинаковы и отличаются объемами реализации и видом реализуемой продукции.

“Меркамадрид” — крупнейший универсальный оптовый продовольственный рынок. Отсюда продукты не только растекаются по Испании, но и попадают в другие страны — США, Латинскую Америку, Италию, Францию и т. д.

Другие оптовые продовольственные рынки Испании, такие как “Меркаваленсия”, снабжают продовольственными товарами ближайшую местность, а такие как “Меркабарселона” — целый регион. Оптовые рынки являются совместными предприятиями, их основные учредители — муниципалитеты, ГП “Меркаса” и оптовики.

В настоящее время государственное предприятие “Меркаса” совместно с соответствующими муниципальными образованиями осуществляет менеджмент сети оптовых рынков “Меркаса”, которая насчитывает 23 оптовых продовольственных рынка.

ГП “Меркаса” принадлежит контрольный пакет акций шести оптовых продовольственных рынков (из 23 ОПР): “Меркаса-стуриас”, “Меркабадахос”, “Меркакордова”, “Меркаласпальмас”, “Меркамалага”, “Меркатенариф”, мэриям городов — контрольный пакет акций остальных 17 ОПР.

Сфера действия государственной компании “Меркаса” — территория всей Испании. Она осуществляет менеджмент собственной сети торговых центров и принимает участие в сельскохозяйственной и торговой политике правительства Испании.

В соответствии с государственной политикой страны основными направлениями деятельности “Меркаса” являются:

- модернизация торговых структур (в основном розничных муниципальных рынков);
- обеспечение гигиены и безопасности продуктов питания;
- отслеживание происхождения продуктов;
- повышение информационной прозрачности рынка;
- осуществление природозащитной деятельности.

В соответствии с Декретом от 7 апреля 1966 г. основной целью создания ГК “Меркаса” является строительство и оснащение центральных оптовых рынков, их эксплуатация и улучшение торгового цикла продуктов питания.

В настоящее время общая площадь оптовых продовольственных подразделений Испании составляет 7 млн кв. м, из них 1 млн кв. м территории отведено непосредственно под рынки, более 2 млн кв. м — под зону дополнительных услуг. Объемы торговых сделок превышают 10,5 млрд евро, а объем торговли скоропортящейся продукцией (плодоовощной, рыбной и мясной) — 6,1 млн т.

Всего на оптовых рынках оборудованы 3600 торговых мест, которые специализируются на продаже:

- плодоовощной продукции — 32%;
- рыбной продукции и морепродуктов — 12,5%;
- мясной продукции — 8,2%;
- цветочной продукции — 3,0%;
- прочей продукции — 44,3%.

Взаимодействие ГП “Меркаса” с розничными рынками. Государственным предприятием “Меркаса” разработана программа реконструкции и модернизации розничных рынков. В настоящее время в Испании функционируют около 1305 муниципальных розничных рынков, предлагающих широкий спектр торговых услуг. Их рыночная доля составляет около 48% от общего объема потребления скоропортящейся продукции.

Эти рынки насчитывают около 80 тыс. торговых точек и обеспечивают более 280 тыс. рабочих мест. Стоимость реализуемой продукции на данных рынках в настоящее время оценивается в 5 млрд евро.

Крупнейшим оптовым продовольственным рынком Испании является “Меркамадрид”, созданный в ноябре 1982 г. Площадь рынка составляет 173,3 га, обслуживают его более 3 млн человек. Контрольный пакет акций принадлежит мэрии города Мадрида (51,1%), 48,6% акций — ГП “Меркаса”, 0,5% — частным акционерам (рис. 10).



Рис. 10. Оптовый рынок “Меркамадрид”, Испания

“Меркаса” модернизировала более 170 розничных рынков, осуществляет международное техническое содействие и сотрудничество с правительствами, региональными и местными органами власти других стран.

Основные направления сотрудничества ГП “Меркаса” в этой сфере:

- техническое содействие при проектировании, развитии и менеджменте оптовых и розничных рынков;

- подготовка и обучение кадров, проведение конференций и семинаров;
- пищевая безопасность и контроль качества продуктов питания.

Основные услуги, оказываемые ГП “Меркаса” оптовым рынкам:

- исследования по технико-экономической целесообразности создания и определение размеров оптовых рынков и дополнительных помещений;
- проекты по строительству, эксплуатации и техническому оснащению оптовых и розничных рынков;
- юридические услуги органам управления продовольственных подразделений;
- техническое содействие в подготовке руководящих кадров и специалистов для оптовых продовольственных рынков;
- содействие в разработке внутреннего регламента работы оптовых рынков и пуск их в эксплуатацию.

Основные услуги, оказываемые ГП “Меркаса” розничным рынкам:

- модернизация муниципальных розничных рынков;
- предварительные исследования торговой, технической и экономической целесообразности проекта модернизации;
- проектирование и менеджмент розничных рынков;
- подготовка маркетинговых кампаний и коммуникаций;
- управление и разработка программ по подготовке продавцов.

ГП “Меркаса” взаимодействует с Всемирным союзом оптовых рынков, способствует обмену информацией между оптовыми рынками в целях улучшения их структур, планировки, организации работы и менеджмента, а также благоприятствует международному содействию в области оптового распределения продуктов питания.

“Меркаса” принимает участие в различных рабочих группах, учрежденных в рамках Всемирного союза оптовых рынков по вопросам норматива и регламента Евросоюза, проводит работы по выполнению проектов строительства оптовых продовольственных рынков в Панаме, Доминиканской Республике, Анголе, оказывает консультационные услуги в странах Центральной и Восточной Европы.

Во **Франции** законодательные основы создания и регулирования деятельности оптовых продовольственных рынков национального значения (РНЗ) были определены Декретом от 30.09.1953 № 53-959 “Об организации сети рынков национального значения”. Из 20 оптовых продовольственных рынков, входящих в Федерацию оптовых рынков Франции, три не имеют статуса РНЗ (Лион, Ренн, Тур).

Создаются оптовые рынки национального значения в целях улучшения качества обслуживания и обеспечения продовольственной безопасности. Они работают в закрытом режиме, доступ на них предусмотрен исключительно для производителей и коммерсантов. Наделение оптовых рынков статусом РНЗ или создание такого рынка осуществляется Декретом по предложению региональных советов.

Рынки национального значения могут размещаться на государственной или частной территории, принадлежащей одному или нескольким юридическим лицам. Решение о деквалификации РНЗ выносится постановлением Министра по делам торговли Франции и Министра по делам сельского хозяйства Франции по предложению региональных советов в тех случаях, когда деятельность рынка не соответствует целям, установленным в действующем законодательстве.

Залог успешного развития рынков национального значения в условиях конкуренции с крупными дистрибьюторскими торговыми сетями — институт специальных зон, именуемых контрольными периметрами. В течение длительного периода с помощью этого инструмента вокруг РНЗ создавались зоны, в которых оптовая торговля продуктами питания была запрещена.

По мнению представителей Федерации оптовых рынков Франции, основной целью создания РНЗ является обеспечение оптимальных условий для конкурентной продовольственной торговли и формирования справедливых цен на основе концентрации предложения и спроса в одном месте.

В соответствии с действующим законодательством вокруг РНЗ может возводиться защитный периметр, в пределах которого запрещаются все виды оптовой торговли продуктами питания из ассортиментного перечня продуктов, установленного постановлением соответствующего министерства.

В соответствии с новой редакцией поправок в действующее законодательство, утвержденной французским сенатом, размещение внутри контрольной зоны помещений для оптовой торговли продуктами, входящими в специальный перечень, стало беспрепятственным для торговых помещений площадью менее 1000 кв. м. Для размещения помещений площадью больше 1000 кв. м требуется разрешение административного органа (префектуры). Необходимым условием получения разрешения на организацию оптовой торговли в этой зоне является отсутствие свободных площадей на территории РНЗ, вокруг которого образован контрольный периметр.

Концепция и алгоритм получения разрешения на организацию оптовой торговли предполагают следующее:

1) заявитель направляет префекту досье, состоящее из двух частей. В первой части указывается необходимая торговая площадь, во-второй — технические характеристики проекта;

2) префект обращается к управляющему рынком национального значения с запросом, в состоянии ли тот удовлетворить потребность заявителя путем предоставления ему в аренду необходимых площадей в пределах территории рынка;

3) заявитель уведомляется об удовлетворении его заявки на размещение помещений для оптовой торговли внутри контрольного периметра. Отсутствие ответа в течение шести недель расценивается как отказ;

4) если управляющий рынком обладает запрашиваемой заявителем площадью, то он формулирует для заявителя условия занятия площадей на территории рынка;

5) если заявитель отказывается от предложенных условий или не дает ответа в течение 15 дней, в действие вступает префект, который в соответствии со второй частью досье заявителя, содержащей детальный проект размещения площадей для оптовой торговли вне территории рынка, обязан выразить свое мнение по поводу соответствия проекта целям благоустройства территории и ее устойчивого развития (улучшения экологического состояния);

6) суммарная продолжительность обоих этапов процедуры утверждения не должна превышать трех месяцев. Отсутствие мотивированного отказа по истечении указанного периода означает утверждение заявки на размещение площадей для оптовой

торговли внутри контрольного периметра рынка национального значения.

Государственное регулирование деятельности оптовых продовольственных рынков национального значения. Основным документом, регламентирующим деятельность рынков национального значения, является Торговый кодекс Франции, в котором, в частности, содержатся следующие положения:

- рынки национального значения относятся к сфере государственных услуг по управлению рыночными площадками, специализирующимися на сельскохозяйственной продукции;
- рынки национального значения отвечают целям политики обустройства территорий, защиты окружающей среды и продовольственной безопасности;
- создание рынков национального значения или присвоение статуса рынка национального значения осуществляется на основании правительственного Декрета по предложению региональных советов. Содержание типовых заявок на создание или присвоение статуса рынка национального значения определяется постановлением Министра торговли Франции и Министра сельского хозяйства Франции;
- вокруг территории размещения рынка национального значения правительственным Декретом определяется “закрытый периметр”, внутри которого в течение 30 лет запрещено размещение других оптовых продовольственных баз или рынков. Список продуктов определяется Министром сельского хозяйства Франции, кроме случаев, когда рынок не располагает необходимыми площадями или инфраструктурой;
- порядок обустройства и управления рынка национального значения определяется органами государственной власти на уровне Правительства Франции. Органы власти могут осуществлять обустройство и управление рынком национального значения непосредственно сами или передать эти функции управляющей компании, выбранной на основе тендера;
- управляющая компания составляет годовой отчет, который передается муниципалитетам, региональному совету и префекту. Форма отчета определяется Министром сельского хозяйства Франции;

- управляющая компания определяет размер всех необходимых платежей, которые выплачивают ей операторы рынка. Все тарифы утверждаются префектом;

- при управляющей компании должен быть создан консультационный технический комитет, на обсуждение которого выносятся все вопросы, связанные с функционированием рынка. Состав и правила работы комитета определяются постановлением Министра сельского хозяйства Франции и Министра торговли Франции.

Согласно Торговому кодексу, аккредитованными на рынке национального значения пользователями могут быть:

- оптовые продавцы и трейдеры — юридические лица;
- производители сельхозпродукции, а также их объединения и ассоциации;
- покупатели — юридические лица;
- другие предприятия или их отдельные представители, определяемые управляющей компанией, например эксплуатационные службы, присутствие которых необходимо для полноценного функционирования рынка.

Для получения аккредитации продавцы и покупатели должны предоставить выписку из Реестра торговли или эквивалентный документ других стран (обязателен перевод на французский язык). Производители и их объединения должны предоставить официальные документы, доказывающие их статус и сферу деятельности.

В соответствии с Торговым кодексом Франции управляющая компания составляет внутренний регламент рынков государственного значения, который утверждает префект (представитель государственной власти в регионах). Регламент должен содержать, в частности, следующие положения:

- 1) дни и часы продажи каждого из вида продукции, а также часы открытия основных торговых, складских, офисных площадей и т. д.;

- 2) порядок доступа на рынок и аккредитации продавцов, покупателей и других клиентов рынка, а также порядок предоставления временного доступа;

- 3) обязанности продавцов предоставлять управляющей компании отчетность по тоннажу получаемого товара, объемам про-

даж и движению товаров на складах, а также вести бухгалтерскую отчетность;

4) условия пользования услугами, инфраструктурными объектами, помещениями и другими ресурсами, предоставленными управляющей компанией;

5) правила осмотра и контроля управляющей компанией помещений и инфраструктуры, а также операций, проводимых на рынке;

6) условия аренды помещений и их размещения на рынке, порядок предоставления и отзыва разрешений на аренду;

7) порядок перемещения в другие помещения арендаторов по инициативе управляющей компании или самого арендатора, например в целях улучшения санитарно-гигиенической обстановки. Расходы по перемещению оплачивает тот субъект, по инициативе которого осуществляется смена помещения.

Любые изменения во внутреннем регламенте рынка национального значения утверждаются постановлением префекта, а оперативная деятельность их регулируется постановлениями префекта в рамках действующего законодательства.

Оптовый продовольственный рынок (РНЗ “Ранжис”) создан Декретом Франции от 13.07.1962 № 62-795. Управляющая компания в виде акционерного общества со смешанным капиталом Semmaris (Семмарис) учреждена Декретом от 27.04.1965 № 65-325.

Официально РНЗ “Ранжис” открыт 3 марта 1969 г., после переезда арендаторов рынка Les Halles из 2-го округа Парижа в департамент Валь-де-Марн на окраине Парижа.

Оптовый продовольственный рынок “Ранжис” — крупнейший оптовый продовольственный рынок в мире. Площадь рынка — 232 гектара, из них 989 тыс. кв. м — помещения, сдаваемые в аренду. В год через него проходит 1,5 млн т сельскохозяйственной продукции.

Площадь контрольного периметра РНЗ “Ранжис” составляет приблизительно 3149 кв. км, т. е. 26% от общей площади Парижского региона (Иль-де-Франс). Максимальная удаленность границы периметра от рынка: север — 60,7 км; юг — 30,6 км; запад — 36,4 км; восток — 48 км.

Основная часть проданных товаров (65%) поставляется в регион Иль-де-Франс (Париж и прилегающие территории), 25% идет

в другие регионы Франции, 10% — на экспорт. При этом 60% продукции передается покупателям непосредственно на рынке, а 40% поставляется операторами рынка своим покупателям.

По оценке администрации рынка, 50% проданных товаров предназначено для розничной торговли, 35% идет в заведения общественного питания, 15% — в гипер- и супермаркеты.

Территория рынка разделена на пять торговых зон в соответствии с продуктовой специализацией:

- фрукты и овощи;
- цветы;
- рыба и морепродукты;
- мясо и птица;
- молоко и молочные продукты.

На рынке работают несколько лабораторий, где поставляемая продукция проходит санитарно-эпидемиологический контроль. На территории рынка находятся также склады, административные здания, несколько профессиональных учебных заведений, гостиница, рестораны, поликлиника, прокат автомобилей.

Рынок располагает собственным мусоросжигательным заводом, который обеспечивает 95% тепловой энергии комплекса. При этом каждый год обрабатывается и передается на вторичную переработку 70 тыс. т отходов.

Нераспроданные продукты надлежащего качества отправляются гуманитарным организациям региона Иль-де-Франс для помощи бездомным и нуждающимся.

Стоит также отметить выгодное географическое положение оптового продовольственного рынка “Ранжис”. Он находится всего в 7 км от Парижа в центре транспортного узла, соединяющего автомобильные дороги нескольких направлений, аэропорт Орли (в 10 км) и железнодорожный терминал. Непосредственно на территории рынка находятся пять городских автобусных маршрутов, междугородняя автобусная линия и строящаяся трамвайная линия, которые упрощают доступ на рынок.

Объем первоначальных инвестиций, имевших целью приобретение дополнительных земельных участков, строительство и оборудование зданий, составил около 350 млн евро. Финансирование осуществлялось за счет государственных субвенций

(50 млн евро) и кредитов публичных организаций, в частности Фонда экономического и социального развития. Постепенно предприятие перешло на самофинансирование за счет амортизационных отчислений, ежегодно аккумулируя для целей модернизации до 20–25 млн евро.

В 1996 г. была запущена программа масштабной реконструкции рынка РНЗ “Ранжис”, обусловленная введением в Евросоюзе новых норм гигиены и продовольственной безопасности, необходимостью переоборудования холодильных и канализационных систем и целесообразностью совершенствования процессов утилизации отходов. Были последовательно модернизированы павильоны субпродуктов, сыров, мясных изделий, морепродуктов, овощей и фруктов.

В соответствии с этой программой в 1996–2002 гг. на реконструкцию и модернизацию было потрачено 180 млн евро, а в 2003–2008 гг. — 160 млн евро.

В Польше строительство оптовых продовольственных рынков началось в июле 1996 г. Для этого правительством Польши была принята Программа организации оптовых рынков и товарных бирж на период до 2000 года. Позже была принята отдельная Правительственная программа строительства и развития оптовых рынков и Варшавской сельскохозяйственной биржи.

Всего за годы реформ в Польше построены 27 оптовых продовольственных рынков. Строительство этих рынков осуществлялось по трем основным направлениям государственной поддержки:

1) благодаря правительственной программе построено 12 оптовых продовольственных рынков;

2) вне государственной программы, но при участии финансов Государственной казны построены семь оптовых продовольственных рынков;

3) с привлечением частного капитала и поддержкой государства построены восемь оптовых продовольственных рынков.

Из 27 оптовых продовольственных рынков Польши *пять рынков* имеют статус межрегиональных оптовых рынков. К ним относятся:

1) Варшавский сельскохозяйственный оптовый рынок (“Бронише”);

- 2) Поморский оптовый сельскохозяйственный центр (г. Гданьск);
- 3) Люблинский оптовый рынок в Элизувке (г. Люблин);
- 4) Нижнесилезский оптовый сельскохозяйственный центр (г. Вроцлав);
- 5) Великопольская сельскохозяйственно-садовая биржа (г. Познань).

Общая площадь оптовых продовольственных рынков Польши составляет свыше 3,5 млн кв. м. Площади, предназначенные для торговли сельскохозяйственными продуктами, занимают 650 тыс. кв. м, в том числе в закрытых помещениях — свыше 200 тыс. кв. м, под навесами — около 110 тыс. кв. м.

К основным факторам, влияющим на выбор местонахождения и размеры оптового продовольственного рынка, относятся:

- количество населения;
- производственные возможности региона;
- экспортные возможности;
- возможности развития торгового сотрудничества с Евро-союзом;
- наличие коммуникаций;
- возможности капитала;
- размер территории, занимаемой рынком.

Оптовые продовольственные рынки Польши способствуют концентрации крупных и качественно одинаковых партий товаров в одном месте, координации и наблюдению за каналами распределения, сбору информации о цене, спросе и предложении, а также их включению в информационные сети аналогичных предприятий, оптовой торговле, стандартизации товаров и услуг, оперативной реализации сельскохозяйственной продукции благодаря расширению рынка сбыта и маркетинговой работе.

Люблинский оптовый продовольственный рынок “Элизувка” в г. Люблин — один из крупнейших оптовых рынков Польши, который учрежден 18 июля 1995 г. Его учредителями являются 19 субъектов.

Строительство Люблинского оптового рынка в Элизувке началось в июне 1997 г. В 1999 г. был подписан генеральный контракт на строительство и начато его выполнение. Общая стоимость строительства рынка по ценам 2000 г. составила около 20 млн долларов. Оптовый рынок в Элизувке был открыт 1 сентября 2000 г.

Во время первого этапа строительства финансирование велось за счет акционеров, добровольно вступивших в акционерное общество. Среди акционеров были такие правительственные структуры, как Агентство по реструктуризации и модернизации сельского хозяйства и Агентство сельскохозяйственной недвижимости. Акционерное общество финансировали также миноритарные акционеры — 248 человек, местное самоуправление — 24 субъекта, фирмы и субъекты местного бизнеса — 249.

Согласно кредитному договору, Всемирным банком в 1998 г. был предоставлен кредит на сумму свыше 10,2 млн евро со сроком погашения с 2004 по 2013 г. при стопроцентной гарантии Государственной казны и с 5-летней отсрочкой платежей. Оптовый рынок в Элизувке полностью погасил кредит и выплатил проценты в предусмотренные кредитным договором сроки.

Работа оптового рынка в Элизувке обеспечивает поддержку сельского хозяйства в реализации произведенной продукции. Рынок является организатором научных конференции, проводит мероприятия для сельскохозяйственных производителей и потребителей.

Растущий спрос на торговые площади в цветочном павильоне стал новым вызовом для рынка в Элизувке. В январе 2008 г. было принято решение о расширении цветочного павильона, благодаря чему он увеличился до 2,6 тыс. кв. м. На павильон было потрачено примерно 2 млн долларов, и все расходы фирма оплатила из своего бюджета.

В 2009 г. при оптовом продовольственном рынке был образован Центр внешней торговли, который предлагает посредничество в крупнооптовой торговле фруктами, овощами, свининой, говядиной, курятиной, мясными изделиями, крупами, продуктами питания, семенами и др. Прибыль Центра внешней торговли составляет 7% всех доходов рынка “Элизувка”.

Китай. *Китайская модель* развития оптовых рынков основана не только на государственной поддержке бизнеса для реализации продовольствия местных товаропроизводителей на внутреннем рынке, но и на развитии международного сотрудничества для реализации китайских товаров на внешнем рынке.

Важнейшая особенность экономической политики Китая в этой сфере — формирование условий для развития социальной

активности населения. Такая политика способствует быстрому росту объемов производства и сбыта продуктов питания, обновлению основных средств и технологического оборудования, повышению жизненного уровня населения, расширению спроса на продовольственные товары и снижению удельных расходов на их приобретение.

Важное место в реализации этой политики уделено развитию инфраструктуры продовольственного рынка, модернизации и формированию новых экономических связей между участниками рынка, при этом существующие экономические связи в сфере производства и обращения продуктов питания не разрушаются.

Важнейшими принципами и задачами создания, развития и совершенствования инфраструктуры оптового продовольственного рынка являются минимизация издержек в системе товародвижения, обеспечение условий для повышения конкурентоспособности отечественного продовольствия, сокращение сроков доставки и реализации товара, ускорение товарооборота и сохранение качества продукции.

Реализация этих принципов осуществляется на основе анализа информации о ситуации на продовольственном рынке, уровня и степени развития системы оптовой торговли продовольственными товарами.

Всего в Китае функционируют 55 оптовых продовольственных рынков, которые успешно решают проблему продовольственного обеспечения населения тех городов, где они созданы. Оптовые рынки участвуют также в формировании международных экономических связей.

Оптовый продовольственный рынок Пекина (Beijing Xin Fa Di Agricultural Products Wholesale Market) — крупнейший оптовый сельскохозяйственный рынок Китая и мира. Рынок основан в 1988 г. для реализации скоропортящейся продукции и продовольствия. Площадь рынка составляет 548 га, товарооборот — 5 млн т в год на 1,4 млрд долларов.

Рынок покрывает около 70% потребностей населения Пекина в плодоовощной продукции. Здесь также ведется оптовая торговля продовольственными растительными маслами, мясом и мясосопродуктами, продукцией птицеводства, морепродуктами, семенами, пряностями. Работает рынок 24 часа в сутки.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Концепция развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 27.09.2021 № 2689-р, определяет цели, задачи и основные направления реализации государственной торгово-экономической политики в области создания и функционирования оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации.

Основная цель Концепции — формирование многоформатной инфраструктуры оптовой торговли продовольствием и демополизация каналов сбыта, создание организационно-правовых и экономических условий развития оптовых продовольственных рынков для решения проблемы сбыта продукции малых и средних сельхозпредприятий на внутреннем рынке и обеспечения продовольственной безопасности страны.

Для реализации основных целей Концепции и решения поставленных задач распоряжением Правительства Российской Федерации от 11.04.2022 № 832-р утвержден План мероприятий на 2022–2026 гг. по созданию в каждом субъекте Российской Федерации (кроме Москвы и Санкт-Петербурга) одного оптового продовольственного рынка.

Ответственность за создание оптовых продовольственных рынков в регионах в соответствии с указанными распоряжениями Правительства Российской Федерации возложена на органы государственной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления.

Основной задачей Центросоюза России и Союза рынков России является оказание консультационной и методической помощи. В этих целях Центросоюзом России совместно с Союзом рынков России и Минпромторгом России подготовлены информационно-аналитические материалы о зарубежном опыте развития оптовых продовольственных рынков, проекты типовых нормативно-

правовых актов, которые должны оказать практическую помощь региональным и местным органам власти в создании оптового продовольственного рынка, отвечающего современным требованиям и международным стандартам.

Анализ информационно-аналитических материалов, поступивших от органов государственной власти субъектов Российской Федерации по итогам реализации Концепции и Плана мероприятий за 2022–2023 гг., показывает наличие системных проблем в формировании и развитии новых каналов сбыта, обусловленных отсутствием объективной информации о роли и задачах оптовых продовольственных рынков в решении проблемы продовольственного снабжения населения крупных городов.

С учетом анализа зарубежного опыта государственной поддержки создания и развития этих каналов сбыта и региональных климатических особенностей производства и потребления продуктов питания представляется целесообразным создавать оптовые продовольственные рынки в крупных городах с численностью населения не менее 1 млн человек.

При этом в субъектах Российской Федерации с численностью населения свыше 2 млн человек представляется целесообразным создавать оптовые продовольственные рынки национального значения, а в субъектах Российской Федерации с численностью населения от 1 млн до 2 млн человек — оптовые продовольственные рынки регионального значения.

С учетом этих особенностей формирование эффективной системы оптовых продовольственных рынков предполагает совершенствование законодательных и нормативно-правовых актов в части определения требований, предъявляемых к таким объектам и формирования федерального реестра оптовых продовольственных рынков.

Рекомендации по обеспечению качества и безопасности пищевых продуктов на оптовых продовольственных рынках предусматривают общие требования, предъявляемые к территории оптового продовольственного рынка, водоснабжению и канализации, отоплению и вентиляции, освещению и содержанию помещений, оборудованию, инвентаря, условиям складирования, хранения, транспортировки и реализации пищевых продуктов.

Реализация Концепции и Плана мероприятий, утвержденных Правительством Российской Федерации, позволит создать эффективную систему оптовой торговли скоропортящейся продукции, решить проблему продовольственного снабжения населения крупных городов, обеспечить продовольственную безопасность страны и стабилизацию цен на внутреннем рынке независимо от экономической ситуации и внешних угроз.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

УТВЕРЖДЕНА
распоряжением Правительства
Российской Федерации
от 27 сентября 2021 года

КОНЦЕПЦИЯ развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации

I. Общие положения

Настоящая Концепция определяет цель, задачи, основные направления и механизмы реализации государственной политики в области создания и функционирования оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации, а также ожидаемые результаты реализации настоящей Концепции.

Для целей настоящей Концепции под оптовым продовольственным рынком понимается предприятие, предоставляющее оборудованные торговые места и сервисные услуги конкурирующим между собой оптовым торговцам для осуществления ими оптовой торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием в определенном месте, в определенное время и по установленным правилам.

Настоящая Концепция разработана в рамках реализации положений абзаца пятого пункта 2 подраздела III раздела II плана мероприятий (*дорожной карты*) по развитию конкуренции в отраслях экономики Российской Федерации и переходу отдельных сфер естественных монополий из состояния естественной монополии в состояние конкурентного рынка на 2018–2020 гг., утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 16 августа 2018 г. № 1697-р.

Настоящая Концепция исходит из необходимости формирования многоформатной инфраструктуры оптовой торговли продовольственными товарами, характеризующейся полной территориальной охвата, высокой пропускной способностью, низкими удельными издержками и обеспечивающей гарантированные возможности сбыта продукции для сельскохозяйственных товаропроизводителей, учитывает имеющееся отставание в развитии в системе дистрибуции такого важного формата, как оптовые продовольственные рынки, выполняющие функции организаторов оптового оборота.

Настоящая Концепция является основой для организации деятельности органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и частных организаций в сфере создания и функционирования оптовых продовольственных рынков, реализации мероприятий по обеспечению продовольственной безопасности.

II. Цель и задачи реализации Концепции

Настоящая Концепция разработана с целью создания организационно-правовых и экономических условий развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации.

Концепция предусматривает создание для многоформатной розничной торговли и предприятий питания вне дома (общественного питания), гостиниц, объектов социальной сферы (больницы, школы, детские сады) крупных городов и агломераций эффективной системы дистрибуции свежей плодоовощной, мясной, рыбной и другой скоропортящейся продукции, отвечающей санитарно-эпидемиологическим требованиям, на основе формирования современной товаропроводящей инфраструктуры и развития добросовестной конкуренции между профессиональными оптовиками и производителями на территории оптового рынка.

Реализация положений Концепции будет способствовать широкому сбыту скоропортящихся товаров, сокращению потерь произведенной продукции, обеспечению эффективного контроля качества продуктов (ветеринарный и фитосанитарный контроль), предоставлению необходимых сервисных услуг (банковские услу-

ги, услуги упаковки и маркировки, маркетинга и др.) оптовым продавцам и покупателям.

Ключевыми задачами в области развития оптовых продовольственных рынков определяются:

— совершенствование нормативного правового регулирования организации и осуществления деятельности оптовых продовольственных рынков; развитие инфраструктуры оптовых продовольственных рынков;

— государственная поддержка развития оптовых продовольственных рынков.

III. Организация оптового продовольственного рынка

Основными участниками оптовых продовольственных рынков могут являться профессиональные оптовые торговцы, предприятия розничной торговли и питания вне дома, сельскохозяйственная и потребительская кооперация и т. д.

Под профессиональным оптовым торговцем для целей настоящей Концепции понимается юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, в том числе сбытовое подразделение или дистрибьютор товаропроизводителя, зарегистрированный на оптовом продовольственном рынке и осуществляющий на нем реализацию сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

При этом арендаторами торговых мест на оптовом продовольственном рынке могут быть владельцы (собственники) продовольственных товаров, а также агенты собственников и другие посредники.

Размещение оптовых продовольственных рынков должно тяготеть к зонам конечного потребления продукции, прежде всего к крупным агломерациям и городам.

Предполагается, что на оптовых продовольственных рынках не будет осуществляться торгово-закупочная деятельность. Задачами оптового продовольственного рынка будут предоставление помещений, необходимого оборудования и оказание других услуг для осуществления торговли оптовыми предприятиями на основе долгосрочной аренды складских и торговых помещений.

Основным функционалом оптовых продовольственных рынков должна стать организация оптового оборота.

Планируется, что на оптовых продовольственных рынках будут оказываться следующие услуги:

- предоставление торговых мест (площадок) для организации торговли товаропроизводителям и поставщикам продукции;

- предоставление торгового оборудования, складских помещений, холодильных камер, транспортных и погрузочных средств;

- оказание содействия в выполнении погрузочно-разгрузочных работ, взвешивание и размещение товара;

- предпродажная подготовка (подработка) продукции, расфасовка и упаковка; уборка и санитарная обработка торгового оборудования и инвентаря, производственных площадей и складских помещений;

- предоставление услуг по обеспечению водой, светом, энергией, отоплением, мусоросборниками, кондиционированием воздуха, местами общественного пользования и других коммунальных услуг;

- уборка территории, вывоз мусора, отходов и бракованной продукции;

- предоставление железнодорожных подъездных путей и разгрузочных платформ, охраняемых автостоянок, транспортных услуг;

- организация мест питания вне дома, предоставление гостиничных услуг;

- охрана товаров, производственных и складских помещений, торгового и технологического оборудования;

- консалтинговая помощь при осуществлении сделок, маркетинговые, логистические и другие виды услуг;

- информационное и рекламное обеспечение торговых закупочных операций, предоставление услуг связи;

- обеспечение юридической и банковской поддержки участников торгово-закупочных операций.

Управление оптовым продовольственным рынком будет осуществляться организацией, которая создана в целях управления оптовым продовольственным рынком и обеспечения выполнения требований законодательства Российской Федерации к обустройству, оборудованию, содержанию оптового продовольственного рынка и организации оптового оборота сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

Также на территории оптового продовольственного рынка наравне с оптовой возможно осуществление розничной торговли продовольственными товарами. При этом для розничной торговли целесообразно выделение отдельной зоны в пределах территории оптового продовольственного рынка.

IV. Совершенствование нормативно-правового регулирования оптовых продовольственных рынков

В отличие от розничной торговли в законодательстве Российской Федерации специальное регулирование сферы оптовой торговли, а также терминология и порядок осуществления деятельности в указанной сфере отсутствуют. Существует лишь определение оптовой торговли, предусмотренное Федеральным законом “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”.

В целях формирования государственной политики по развитию оптовой торговли планируется закрепить в указанном Федеральном законе термин “оптовый рынок”, а также отдельные вопросы регулирования оптовой торговли.

В целях обеспечения необходимых гарантий приобретения населением безопасных для здоровья продуктов питания предлагается установить требование о необходимости размещения и оборудования на территории оптового продовольственного рынка лаборатории ветеринарно-санитарной экспертизы.

V. Ожидаемые результаты реализации Концепции

Основными результатами реализации Концепции должны стать:

- снижение издержек в сфере обращения продуктов питания, сокращение потерь произведенной продукции;

- улучшение физической и экономической доступности товаров для населения;

- развитие малого и среднего предпринимательства в сфере производства и обращения продуктов питания и повышение его престижа;

- решение проблемы сбыта продукции отечественных сельскохозяйственных товаропроизводителей на внутреннем рынке;

- сокращение звенности в системе товародвижения через исключение лишних посредников;
- сдерживание роста цен на скоропортящиеся продукты питания на основе развития добросовестной конкуренции, увеличения ассортимента и обеспечения качества товаров;
- оптимизация товарных потоков в системе товародвижения и улучшение транспортной ситуации в городах.

Приложение 2
УТВЕРЖДЕН
распоряжением Правительства
Российской Федерации
от 11 апреля 2022 года № 832-р

ПЛАН мероприятий по реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации на 2022–2026 годы

Наименование мероприятия	Вид документа	Срок исполнения	Исполнитель (соисполнители)
I. Совершенствование нормативно-правового регулирования оптовых продовольственных рынков			
1. Внесение изменений в Федеральный закон “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”, Налоговый кодекс Российской Федерации, Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в части урегулирования вопросов осуществления торговой деятельности на оптовых продовольственных рынках	Проекты федеральных законов*	I квартал 2023 г.	Минпромторг России, Минфин России, МВД России, Минсельхоз России, Минэкономразвития России, ФАС России, Роспотребнадзор
2. Внесение изменений в национальные стандарты Росстандарта Российской Федерации: — в ГОСТ Р 51303–2013 “Торговля. Термины и определения”; — ГОСТ Р 51773–2009 “Услуги торговли. Классификация предприятий	Приказ	II квартал 2023 г.	Росстандарт, Минпромторг России

Наименование мероприятия	Вид документа	Срок исполнения	Исполнитель (соисполнители)
торговли” в части включения терминов и определений в области оптовой торговли продовольственными товарами			
II. Мероприятия, направленные на развитие оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации			
3. Консультационное и методическое обеспечение деятельности представителей органов государственной власти субъектов Российской Федерации по вопросам создания (организации, модернизации) и развития оптовых продовольственных рынков	Методические материалы, совещания, форумы	2022 – 2026 гг.	Минпромторг России, органы государственной власти субъектов Российской Федерации с участием Союза рынков России, Центросоюза Российской Федерации
4. Подготовка программы поддержки проектов по созданию (организации, модернизации) оптовых продовольственных рынков	Доклад в Правительство Российской Федерации	I квартал 2023 г.	Минпромторг России, Минфин России, Банк России, Минсельхоз России, Минэкономразвития России, государственная корпорация развития “ВЭБ.РФ” с участием Центросоюза Российской Федерации, Союза рынков России
5. Мониторинг состояния и развития оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации	Доклад в Правительство Российской Федерации	IV квартал 2023 г., далее ежегодно до 2026 г.	Минпромторг России, органы государственной власти субъектов Российской Федерации с участием Союза рынков России, Центросоюза Российской Федерации
6. Обобщение лучших практик создания (организации, модернизации) и развития оптовых продовольственных рынков в субъектах Российской Федерации	Методические материалы для субъектов Российской Федерации	I квартал 2024 г., далее ежегодно до 2026 г.	Минпромторг России, заинтересованные органы государственной власти субъектов Российской Федерации с участием Союза рынков России, Центросоюза Российской Федерации

*В графе “Срок исполнения” указывается дата внесения проекта в Правительство Российской Федерации.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ по организации оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации

I. Общие положения

1. Методические рекомендации по организации оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации (далее — Методические рекомендации) носят рекомендательный характер и могут быть использованы органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления при разработке мер по организации оптовых продовольственных рынков, организациями и индивидуальными предпринимателями при осуществлении торговой деятельности на оптовых продовольственных рынках.

2. Методические рекомендации разработаны в соответствии:
— с Федеральным законом от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”;

— с распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 сентября 2021 г. № 2424-р;

— с распоряжением Правительства Российской Федерации от 9 июня 2020 г. № 1516-р;

— с распоряжением Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2021 г. № 2689-р.

3. Методические рекомендации могут применяться органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления:

а) при осуществлении подбора и предоставления земельного участка для размещения оптового продовольственного рынка на территории субъекта Российской Федерации;

б) при обеспечении присоединения к земельному участку коммунальной инфраструктуры, в том числе электро-, газо-, тепло-, водоснабжения, транспортной инфраструктуры;

в) при выработке мер по организации оптовых продовольственных рынков;

г) при подготовке документов по организации оптовых продовольственных рынков, включая соответствующие мероприятия региональных и муниципальных программ развития торговли, документов территориального планирования и градостроительного проектирования;

д) при оказании организационной, методической и консультационной помощи организаторам оптовых продовольственных рынков.

4. Для целей Методических рекомендаций используются следующие понятия:

оптовый продовольственный рынок (далее — ОПР) — предприятие, на котором предоставляются оборудованные торговые места для осуществления оптовой торговли (выполнения работ и оказания услуг оптовыми продавцами), оказываются сопутствующие оптовой торговле услуги, а также могут выделяться зоны для осуществления розничной торговли;

оптовый продавец — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие оптовую торговлю сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием;

оптовый покупатель — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие приобретение сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия для использования их в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием;

организатор ОПР — юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, организующие ОПР и осуществляющие деятельность по управлению ОПР, а также обеспечивающие выполнение требований законодательства Российской Федерации к обустройству, оборудованию, содержанию ОПР и организации оптового оборота сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия;

торговое место на ОПР (далее — торговое место) место на ОПР, в том числе помещение, павильон, открытая площадка на ОПР, специально оборудованное и отведенное организатором ОПР для осуществления деятельности по продаже сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, отвечающее требованиям, установленным законодательством Российской Федерации, нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации, муниципальными нормативными правовыми актами органов местного самоуправления;

сельскохозяйственная продукция, сырье и продовольствие — это пищевая продукция, в том числе продукция растениеводства и животноводства в натуральном и (или) переработанном виде, напитки, пищевое сырье, произведенные на территории Российской Федерации и (или) импортируемые, для реализации на ОПР на основе свободно определяемых цен;

обслуживающая организация — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющие договор (соглашение) с организатором ОПР на оказание сопутствующих услуг (транспортных, логистических, информационных, финансовых, юридических или иных) оптовым продавцам и оптовым покупателям.

II. Организация оптового продовольственного рынка

5. В зависимости от природно-климатических факторов ОПР может размещаться на территории субъекта Российской Федерации в капитальном здании, строении, сооружении с возможностью организации дополнительной уличной площадки для торговли с автомобилями (с навесом или без) либо с приоритетом организации уличных площадок для торговли с автомобилями,

6. В процессе своей деятельности организатору ОПР рекомендуется:

а) осуществлять своевременное обустройство, оборудование, содержание и ремонт объектов ОПР;

б) разрабатывать и утверждать схему размещения торговых мест, обеспечивать их предоставление;

в) контролировать соблюдение на ОПР требований действующего законодательства Российской Федерации, нормативных правовых актов соответствующего субъекта Российской Федерации

рации, на территории которого располагается ОПР, муниципальных нормативных правовых актов органов местного самоуправления, правил внутреннего распорядка на ОПР и иных внутренних документов ОПР;

г) обеспечивать соблюдение санитарно-эпидемиологических требований, а также требований пожарной безопасности;

д) обеспечивать выполнение работ (оказание услуг) по подтверждению качества товаров, представленных к продаже;

е) собирать информацию об объемах реализации, средних оптовых ценах на сельскохозяйственную продукцию, сырье и продовольствие;

ж) обеспечивать безопасность и общественный порядок на территории ОПР;

з) не осуществлять торгово-закупочную деятельность.

7. Реализация товара на ОПР может осуществляться на торговом месте непосредственно при наличии товара у оптового продавца, а также по предварительной заявке оптового покупателя, когда товар будет создан или приобретен оптовым продавцом в будущем.

8. На ОПР возможно осуществление расчетов наличными деньгами и (или) в безналичном порядке с учетом требований действующего законодательства Российской Федерации.

9. На ОПР могут быть представлены следующие категории участников:

а) оптовые продавцы:

— хозяйствующие субъекты, осуществляющие оптовую торговлю, в том числе сельскохозяйственные товаропроизводители, сельскохозяйственные кооперативы и иные;

б) оптовые покупатели:

— хозяйствующие субъекты, осуществляющие розничную торговлю;

— хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность в сферах общественного питания, гостиничных услуг;

— хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность в сфере перерабатывающей промышленности; учреждения и предприятия социальной сферы, в том числе больницы, школы, детские сады и иные; иные хозяйствующие субъекты;

в) обслуживающие организации.

10. ОПР представляет собой единую физическую и информационную инфраструктуру, на которой может осуществляться весь спектр услуг по приемке, доработке, предпродажной подготовке, фасовке, упаковке, оптовой реализации сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия с соблюдением надлежащих условий ветеринарного и фитосанитарного контроля. На ОПР могут предоставляться следующие услуги:

а) *торгово-обслуживающая* — предоставление оптовым продавцам оборудованных торговых мест, складских помещений с различными температурными режимами, офисных помещений, торгового и складского оборудования, организация аукционов, биржевой и электронной торговли сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием;

б) *складская* — хранение и распределение сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия;

в) *перерабатывающая* — предпродажная подготовка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, изготовление отдельных видов готовой продукции, фасовка и упаковка;

г) *транспортная* — транспортировка, внутрискладская обработка грузов, в том числе приемка, разгрузка, погрузка и отправка грузов транспортом, предоставление транспортной и грузоперерабатывающей инфраструктуры (железнодорожные и автомобильные подъездные пути, разгрузочные платформы, автостоянки), предоставление транспортных и погрузочных средств;

д) *логистическая* — комплексные логистические услуги, в том числе прием заявок, оформление транспортных и финансовых документов, доставка комплексных грузов, сопровождение грузов, контроль движения груза, мониторинг рынка грузоперевозок и планирование транспортной работы;

е) *информационная* — оказание информационных, маркетинговых, рекламных и иных услуг оптовым продавцам и оптовым покупателям, внедрение комплексной системы автоматизации для учета и управления товарооборотом ОПР;

ж) *финансовая и юридическая* — расчетно-кассовые и иные банковские услуги, финансовые услуги, в том числе услуги кредитования, страхования, содействие созданию служб одного окна для малого бизнеса (консультации, оформление документов на получение субсидий, кредитов), нотариальные и юридические услуги;

з) *контроль качества и соблюдения санитарно-эпидемиологических требований* — обеспечение качества и безопасности сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на ОПР, проведение санитарно-гигиенических, дезинфекционных мероприятий, ветеринарный и фитосанитарный контроль;

и) *инженерно-техническая* — обеспечение водоснабжения и канализации, энергоснабжения, в том числе электроснабжения, кондиционирования воздуха и иных коммунальных услуг, предоставление услуг связи, ремонт и содержание торговых и складских помещений;

к) *охрана и обеспечение безопасности* — обеспечение сохранности товаров, охрана производственных, складских и офисных помещений, торгового и технологического оборудования, парковки автотранспорта, обеспечение безопасности участников торгового процесса;

л) *дополнительные услуги*, в том числе услуги розничной торговли, общественного питания, гостиниц и другое, например, предоставление на ОПР мест для временного проживания в гостиницах, готовых блюд, напитков, кулинарных и кондитерских изделий, изготавливаемых в предприятиях общественного питания.

11. При организации ОПР рекомендуется планировать размещение не более одного ОПР на крупную агломерацию, за исключением городов федерального значения, вблизи которых возможно организовать несколько ОПР.

Справочно: наличие нескольких ОПР, обслуживающих одну агломерацию, может привести:

— к профициту мощностей для осуществления оптовой торговли сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием, снижению инвестиционной привлекательности строительства (модернизации) ОПР, значительному увеличению сроков их окупаемости и недостижению экономических показателей рентабельности, необходимых для реализации проекта по строительству ОПР, и соответственно возможному банкротству;

— снижению концентрации в одном месте оптовых продавцов и, соответственно, к снижению конкуренции между ними.

Соблюдение указанного принципа не может являться основанием для ограничения или запрета органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления деятельности действующих ОПР, а также строительства новых ОПР в случае наличия заинтересованности у инвесторов.

12. Планирование земельных участков под размещение ОПР рекомендуется осуществлять, исходя из следующих принципов:

а) ОПР рекомендуется размещать вблизи крупных агломераций (до 20 километров);

б) размер площадки для ОПР рекомендуется определять, исходя из численности населения и его потребностей в продуктах питания. Целесообразно, чтобы площадки имели достаточный резерв для развития инфраструктуры оптовой торговли;

в) площадки для ОПР рекомендуется размещать в местах, позволяющих создать наиболее удобную логистическую инфраструктуру для поставки в ежедневном режиме большого объема сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на ОПР, а также обслуживания покупателей;

г) рекомендуется обеспечить удобным, быстрым и современным автомобильным сообщением с городом и транспортными магистралями, грузовыми терминалами аэропортов, терминалами железнодорожных станций.

13. Территорию ОПР рекомендуется разграничивать на следующие функциональные зоны, в том числе:

а) торговая — площади, арендуемые оптовыми продавцами для осуществления оптовой торговли. Торговая зона может включать три и более отдельных зон для осуществления оптовой торговли в зависимости от вида продукции, например зона плодоовощной, рыбной, мясной продукции. Также в торговой зоне могут быть размещены холодильные и складские помещения для обеспечения деятельности оптовых продавцов;

б) административно-техническая — административно-бытовые помещения, корпуса технического обеспечения (котельная, рамный тепловой пункт, очистные сооружения);

в) хозяйственная — площади, предназначенные для сортировки и упаковки товаров, сбора мусора и его утилизации, стоянки транспорта и иных хозяйственных

14. На ОПР могут выделяться зоны для осуществления розничной торговли сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием физическим лицам, при этом допускается разделение зон оптовой и розничной торговли с целью устранения пересечения оптовых и розничных потоков.

15. В административно-технической зоне рекомендуется размещать помещения для организатора ОПР и офисные помещения для обслуживающих организаций.

16. На ОПР может использоваться технологическое оборудование, предназначенное в том числе для следующих целей:

а) хранение пищевой продукции (стеллажи, поддоны, контейнеры, витрины, прилавки, весы и иные виды торгового оборудования);

б) проведение погрузочно-разгрузочных работ (подъемно-транспортное оборудование — электропогрузчики, грузовые тележки и иное);

в) проведение санитарно-гигиенических и дезинфекционных мероприятий (уборочные и поломоечные машины и иное).

17. Здания (строения, сооружения) для оптовой торговли рекомендуется предусматривать одноэтажные, полнокаркасные, с продольной объемно-планировочной схемой, с большим (12 и более метров) шагом колонн, преимущественно из быстровозводимых конструкций. Павильоны рекомендуется оснащать рампами шириной до 6 метров для разгрузки-загрузки автомобильного транспорта, закрытыми навесами, защищающими зоны разгрузки-погрузки от атмосферных осадков.

18. Количество торговых мест и площади торговых секций рекомендуется определять исходя из товарооборота ОПР. Торговое место может включать выставочную зону, офис с расчетно-кассовым узлом и складское помещение. Торговые павильоны могут иметь выходы на грузовые рампы для погрузки товаров на автомашины.

19. На ОПР рекомендуется организовать погрузочно-разгрузочные рампы, места для стоянки и отстоя автотранспорта, внутренние проезды, въездные терминалы и другое, достаточных размеров и в количестве, необходимом для обработки его прогнозируемого грузооборота.

20. В части транспортного обслуживания на ОПР рекомендуется предусматривать:

а) одностороннее движение автотранспортных средств без пересечения потоков автотранспорта;

б) разделение на въездные и выездные ворота;

в) подъездную дорогу длиной не менее 30 метров для съезда с магистральной улицы большегрузных автомобилей и обеспечения бесперебойного движения транспорта по магистралям перед контрольно-пропускным пунктом;

г) указатели движения или организацию службы регулирования движения для обеспечения соблюдения правил дорожного движения в условиях высокой интенсивности движения автомобилей;

д) величину проезжей части дороги на территории ОПР — не менее 4,5 метров, величину внешнего радиуса закругления поворота по кромке тротуара не менее 15 метров.

21. Для торговли с автомашин на территории ОПР рекомендуется организовать отдельную площадку, оборудованную удобным въездом-выездом.

22. На ОПР рекомендуется предусматривать плату за въезд на территорию (парковку) для оптовых покупателей.

Рекомендуется предусмотреть возможность приобретения для оптовых покупателей разового парковочного билета, а также абонеента для осуществления въезда (выезда) с территории ОПР в течение определенного абонементом срока.

23. С целью соблюдения на ОПР санитарно-эпидемиологических требований организатору ОПР рекомендуется обеспечить:

а) своевременную уборку и санитарную обработку торгового оборудования, инвентаря, транспорта, торговых, складских и офисных помещений, уборку территории ОПР;

б) в зимний период регулярную очистку территории от снега;

в) вывоз мусора, отходов и бракованной продукции, организацию их утилизации;

г) проведение санитарно-гигиенических, дезинфекционных мероприятий по предупреждению возникновения очагов инфекционных и паразитарных заболеваний или распространения этих заболеваний, а также по локализации и ликвидации таких очагов в случае их возникновения.

24. Организатору ОПР рекомендуется определять порядок проведения работ по соблюдению санитарно-эпидемиологических требований на ОПР.

25. Предоставление торговых мест, складских и офисных помещений на ОПР осуществляется на основе договора аренды.

Размер арендной платы за торговые места, складские и офисные помещения устанавливается организатором ОПР самостоятельно.

26. Оптовым продавцам, арендующим на ОПР торговые и складские помещения, рекомендуется:

а) соблюдать внутренний распорядок ОПР, иные внутренние документы ОПР, санитарно-эпидемиологические и противопожарные требования;

б) содержать торговое место, складские помещения, оборудование в чистоте;

в) соблюдать условия и сроки хранения продукции, правила отпуска продуктов и их товарное соседство, предохранять продукты от порчи и загрязнения;

г) реализовывать товары при наличии сопроводительной документации, удостоверяющей качество и безопасность продукции.

27. Для расширения канала сбыта сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия для оптовых продавцов и оперативного поиска товаров необходимого ассортимента для оптовых покупателей на ОПР возможно предусмотреть создание электронной торговой площадки.

28. На ОПР рекомендуется организовать систему информационного обслуживания (информационный центр), обеспечивающую сбор, хранение, обработку и передачу информации.

29. Информационный центр может обеспечивать консолидацию торговых и транспортных процессов, автоматизацию управления товарооборотом и использование всеми участниками единых требований к входящей и исходящей документации, унификации в отчетной номенклатуре.

Информационный центр может отслеживать и ежедневно обобщать результаты сделок купли-продажи сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на ОПР на основе анализа зарегистрированных оптовыми продавцами объемов купли-продажи в натуральном и стоимостном выражении.

30. Обобщенная информация о состоянии оптовой торговли сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием на ОПР (объемы и цены) может быть доступна для всех участников торгового процесса.

Указанную информацию рекомендуется размещать на официальном сайте ОПР в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет”, а также представлять федеральным органам исполнительной власти Российской Федерации, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления.

31. С целью обеспечения качества и безопасности сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия организатору ОПР рекомендуется разместить и оборудовать на территории ОПР лабораторию ветеринарно-санитарной экспертизы.

III. Участие органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления в проектах по организации оптовых продовольственных рынков

32. При разработке программных мероприятий в части размещения ОПР органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления рекомендуется учитывать численность обслуживаемого населения и емкость ОПР, наличие объектов рыночной инфраструктуры, транспортной инфраструктуры, инженерных коммуникаций, необходимость и возможность межрегиональной кооперации, природно-климатические, экономические, социальные и иные факторы.

33. Реализация программных мероприятий по организации ОПР носит преимущественно региональный характер и осуществляется органами государственной власти субъектов Российской Федерации самостоятельно.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р 51303-2023

ТОРГОВЛЯ

Термины и определения

(Извлечение)

Дата введения: 2023-10-01

Предисловие

1. **Разработан** Обществом с ограниченной ответственностью “Центр консалтинга и сертификации “Межрегиональное агентство качества” (ООО “ЦКС “МАК”), Обществом с ограниченной ответственностью “Яндекс.Лавка” (ООО “Яндекс.Лавка”), Некоммерческой организацией “Союз оптовых продовольственных рынков России” (Союз рынков России), Некоммерческой организацией “Центральный союз потребительских обществ Российской Федерации” (Центросоюз России), Автономной некоммерческой организацией “Российская система качества” (Роскачество), при участии Министерства промышленности и торговли Российской Федерации (Минпромторг России).

2. **Внесен** Техническим комитетом по стандартизации ТК 347 “Услуги торговли”.

3. **Утвержден и введен в действие** Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 июня 2023 г. № 469-ст.

4. **Взамен** ГОСТ Р 51303-2013.

Правила применения настоящего стандарта установлены в статье 26 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ

“О стандартизации в Российской Федерации”. Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе “Национальные стандарты”, а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе “Национальные стандарты”. В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске ежемесячного информационного указателя “Национальные стандарты”. Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет (www.rst.gov.ru)

Введение

Установленные в настоящем стандарте термины расположены в систематизированном порядке, отражающем систему понятий в области внутренней торговли.

Для каждого понятия установлен один стандартизованный термин.

Термины-синонимы без пометы “Нрк” приведены в качестве справочных данных и не являются стандартизованными.

Наличие квадратных скобок в терминологической статье означает, что в нее включены два (три) термина, имеющие общие терминологические элементы.

В алфавитном указателе данные термины приведены отдельно с указанием статьи.

Приведенные определения можно при необходимости изменять, вводя в них производные признаки, раскрывая значения используемых в них терминов, указывая объекты, входящие в объем определяемого понятия. Изменения не должны нарушать объем и содержание понятий, определенных в настоящем стандарте.

Стандартизованные термины набраны полужирным шрифтом, синонимы — курсивом.

Для сохранения целостности терминосистемы в настоящем стандарте приведены терминологические статьи из законов Российской Федерации, заключенные в рамки из тонких линий.

1. Область применения

Настоящий стандарт устанавливает термины и определения основных понятий в области торговли.

Термины, установленные настоящим стандартом, рекомендуются для применения во всех видах документации и торговле, входящих в сферу действия работ по стандартизации и/или использующих результаты этих работ.

2. Термины и определения

Общие понятия

1.

Торговая деятельность (*торговля*): вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров.

[Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”, статья 2.]

2.

Оптовая торговля: вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности, в том числе для перепродажи, или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

[Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”, статья 2.]

3.

Розничная торговля: вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

[Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”, статья 2.]

4. Оптово-розничная торговля: совмещение двух видов торговой деятельности: оптовой и розничной.

5. Потребительский рынок (*рынок товаров и услуг*): система общественных отношений, основанных на соблюдении правовых норм, возникающих между государством, изготовителем и продавцом, исполнителем и потребителем в процессе изготовления, реализации и эксплуатации товаров, выполнения работ и оказания услуг.

6. Товарное обращение: процесс обращения объектов гражданского права посредством договоров.

Примечание. К объектам гражданских прав относят вещи, включая наличные деньги и документарные ценные бумаги; иное имущество, в том числе имущественные права, включая безналичные денежные средства, бездокументарные ценные бумаги, цифровые права; результаты работ и оказания услуг; охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (интеллектуальная собственность); нематериальные блага.

7. Торговая политика: совокупность организационных, правовых, экономических, информационных и иных мер, реализуемых органами государственной власти, органами местного самоуправления и хозяйствующими субъектами, а также их объединениями в связи с организацией и осуществлением торговой деятельности в соответствии с законодательством.

Примечание. Различают государственную политику в области торговой деятельности, торговую политику организаций, торговую политику саморегулируемой организации в сфере торговли и т. д.

8. Покупатель (приобретатель): физическое или юридическое лицо, приобретающее, заказывающее или имеющее намерение приобрести или заказать товары и услуги.

9. Розничный покупатель (потребитель): физическое лицо, кроме индивидуальных предпринимателей, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее для использования товаров исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

10. Оптовый покупатель: юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющие намерение заказать или приобрести либо заказывающие, приобретающие товары для их использования в предпринимательской деятельности, в том числе для перепродажи, или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

11. Продавец: организация независимо от ее организационно-правовой формы, индивидуальный предприниматель и в случаях, установленных законодательством Российской Федерации, гражда-

нин (физическое лицо), реализующие товары и оказывающие услуги по договору купли-продажи или иному аналогичному договору.

11.1. Оптовый продавец: организация независимо от ее организационно-правовой формы или индивидуальный предприниматель, осуществляющие реализацию товаров оптовым покупателям.

Примечание. Оптовых продавцов подразделяют на сельскохозяйственных товаропроизводителей, организации оптовой торговли и т. д.

12. Продажа [реализация] товара: передача покупателю товаров на определенных условиях, в том числе по договору купли-продажи или иным аналогичным договорам.

Торговые структуры и их виды

13. Торговая организация: организация различных организационно-правовых форм, осуществляющая торговую деятельность, включая необходимые средства и работников с распределением ответственности, полномочий и взаимоотношений.

Примечание. Торговые организации подразделяют на организации оптовой торговли, розничной торговли и оптово-розничной торговли.

14.

Торговый объект: здание или часть здания, строение или часть строения, сооружение или часть сооружения, специально оснащенные оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров.

Примечание. По типу торгового объекта, используемого для осуществления торговой деятельности; различают стационарные и нестационарные торговые объекты.

[Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”, статья 2.]

15.

Стационарный торговый объект: торговый объект, представляющий собой здание или часть здания, строение или часть строения, прочно связанные фундаментом такого здания, строения с землей и подключенные (технологически присоединенные) к сетям инженерно-технического обеспечения.

[Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”, статья 2.]

16.

Нестационарный торговый объект: торговый объект, представляющий собой временное сооружение или временную конструкцию, не связанные прочно с земельным участком вне зависимости от наличия или отсутствия подключения (технологического присоединения) к сетям инженерно-технического обеспечения, в том числе передвижное сооружение.

[Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”, статья 2.]

17.

Торговая сеть: совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.

[Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”, статья 2.]

Примечание. В торговую сеть могут входить торговые объекты, принадлежащие одному или нескольким юридическим лицам или индивидуальным предпринимателям.

18. Стационарная торговая сеть: торговая сеть, включающая в себя стационарные торговые объекты.

19. Нестационарная торговая сеть: торговая сеть, функционирующая на принципах развозной и разносной торговли, а также объекты организации торговли, не относящиеся к стационарной торговой сети.

20. Торговое предприятие (предприятие торговли): имущественный комплекс, расположенный в торговом объекте и вне торгового объекта, используемый торговыми организациями или индивидуальными предпринимателями для осуществления продажи товаров и/или оказания услуг торговли.

Примечание. К торговым предприятиям относят предприятия розничной торговли, оптовой торговли и оптово-розничной торговли.

21. Предприятие розничной торговли: торговое предприятие, используемое для осуществления розничной торговли.

Примечание. К предприятиям розничной торговли относят магазины, павильоны, киоски и т. п.

22. Предприятие оптовой торговли: предприятие торговли, осуществляющее оптовую продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг торговли оптовым покупателям для последующей перепродажи товаров или профессионального использования.

Примечание. К предприятиям оптовой торговли относят оптово-распределительные и логистические центры, товарные склады, магазины-склады, центры оптовой и мелкооптовой торговли и др.

23. Сетевое торговое предприятие: торговое предприятие, входящее в торговую сеть.

24. Оптовая торговая сеть: торговая сеть, представленная предприятиями оптовой торговли.

25. Розничная торговая сеть: торговая сеть, представленная предприятиями розничной торговли.

26. Вид торгового предприятия: предприятие торговли, классифицированное по ассортименту реализуемых товаров.

Примечание. К видам торговых предприятий относят предприятия с универсальным ассортиментом, со специализированным ассортиментом, с комбинированным ассортиментом, со смешанным ассортиментом.

27. Торговое предприятие с универсальным ассортиментом: предприятие торговли, реализующее универсальный ассортимент продовольственных и/или непродовольственных товаров.

28. Торговое предприятие со специализированным ассортиментом: предприятие торговли, реализующее одну группу товаров или ее часть.

Примечание. Торговое предприятие со специализированным ассортиментом реализует более 80% объема товаров в стоимостном выражении, относящихся к одной ассортиментной группе.

29. Торговое место: место, используемое для совершения сделок купли-продажи с/без использованием (я) торгового объекта, находящееся под управлением одного лица или используемое одним лицом или под одним коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.

29.1. Рынок: имущественный комплекс, имеющий в своем составе земельный участок, и (или) здание и (или) часть здания,

и (или) строение и (или) часть строения, и (или) сооружение и (или) часть сооружения, а также места для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг), используемые для осуществления юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, а также гражданами [в том числе гражданами — членами крестьянских (фермерских) хозяйств, гражданами, ведущими личное подсобное хозяйство или занимающимися садоводством, огородничеством, животноводством] деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг), включенный в реестр рынков.

29.2. Оптовый продовольственный рынок: рынок, предназначенный для осуществления оптовыми продавцами оптовой торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольственными товарами в определенном месте, в определенное время и по установленным правилам.

29.3. Организатор оптового продовольственного рынка: юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, создающие условия и оказывающие услуги оптовым продавцам и оптовым покупателям для организации и осуществления оптовой торговли на территории оптового продовольственного рынка в соответствии с порядком, установленным Правительством Российской Федерации.

30. Распределительный центр; РЦ: товарный склад, осуществляющий исключительно хранение продовольственных и непродовольственных товаров, предназначенных для оптовой или розничной торговли, обеспечивающий рациональную реализацию функции товароснабжения предприятий торговли.

31. Склад: специальные здания, строения, сооружения, помещения, открытые площадки или их части, обустроенные для целей хранения товаров и выполнения складских операций.

Примечание. К складским операциям относят операции по приему, сортировке, комплектации, упаковке, отпуску, отгрузке.

32. Общетоварный склад: склад, предназначенный для осуществления складских операций и хранения товаров, не требующих специальных условий хранения.

33. Специализированный склад: склад, предназначенный для осуществления складских операций с одной группой товаров.

34. **Универсальный склад:** склад, предназначенный для осуществления складских операций с универсальным ассортиментом товаров.

Типы торговых предприятий

35. **Тип предприятия розничной торговли:** предприятие розничной торговли определенного вида, классифицированное по площади торгового зала, методам продажи и/или формам торгового обслуживания покупателей.

36. **Магазин:** стационарный торговый объект, предназначенный для продажи товаров и оказания услуг покупателям, в составе которого имеются торговый зал или торговые залы, подсобные, административно-бытовые и складские помещения.

37. **Универсальный магазин:** вид магазина, в котором осуществляют продажу универсального ассортимента продовольственных и/или непродовольственных товаров.

38. **Специализированный магазин:** вид магазина, в котором осуществляют продажу товаров одной группы или ее части: продовольственных групп (“рыба”, “мясо”, “колбасы”, “минеральные воды”, “хлеб”, “овоци-фрукты” и т. д.), непродовольственных групп (“одежда”, “обувь”, “ткани”, “мебель”, “книги”, “зоотовары”, “семена”, “цветы” и т. д.).

39. **Гастроном:** магазин площадью торгового зала от 400 м², в котором осуществляют продажу продовольственных товаров универсального ассортимента с преобладанием гастрономических товаров (сыров, колбасных изделий, фруктов, винно-водочных изделий и безалкогольных напитков и т. п.) преимущественно с использованием индивидуального обслуживания покупателей через прилавки.

40. **Супермаркет:** магазин площадью торгового зала от 400 до 2500 м², в котором осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса преимущественно по методу самообслуживания.

41. **Дискаунтер:** магазин типа супермаркет (универсам) эконом-класса площадью торгового зала от 250 м², в котором осуществляют продажу ограниченного ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса

по ценам ниже среднерыночных преимущественно по методу самообслуживания.

42. Минимаркет (*магазин “У дома”, магазин “Продукты”*): предприятие розничной торговли с площадью торгового зала от 18 до 400 м², в котором с использованием методов самообслуживания и/или индивидуального обслуживания через прилавки осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса узкого ассортимента, включающего ограниченное число разновидностей товаров.

Примечание. Расположены, как правило, в пешей доступности от мест проживания и/или работы для обеспечения ежедневных потребностей покупателей.

43. Универмаг: магазин совокупной площадью торговых залов от 3500 м² в городском населенном пункте и от 650 м² в сельском населенном пункте, в котором осуществляют продажу непродовольственных товаров универсального ассортимента.

44. Магазин-салон (бутик): специализированный магазин площадью торгового зала от 18 м², в котором осуществляют продажу ограниченного ассортимента товаров одной группы или ее части преимущественно по методу индивидуального обслуживания продавцом-консультантом.

Примечание. В магазинах-салонах реализуют товары эксклюзивного и/или редкого спроса.

45. Гипермаркет: магазин площадью торгового зала от 5000 м², в котором осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров универсального ассортимента преимущественно по методу самообслуживания.

Примечание. В гипермаркетах, как правило, организуют собственное кулинарное, хлебопекарное и кондитерское производство и соответствующие отделы по реализации вырабатываемой продукции, а также оказывают дополнительные услуги торговли и услуги общественного питания.

46. Магазин самообслуживания: магазин, в котором продажа товаров организована преимущественно по методу самообслуживания.

47. **Стоковый магазин** (*магазин “Сток”*): неспециализированный магазин площадью торгового зала не менее 18 м², в котором преимущественно по методу самообслуживания осуществляется продажа по сниженным ценам ограниченного ассортимента непродовольственных товаров, не соответствующих сезону и не пользующихся спросом.

48. **Магазин-склад**: предприятие торговли, в котором по методу самообслуживания осуществляют продажу физическим лицам и/или хозяйствующим субъектам продовольственных и непродовольственных товаров непосредственно из транспортной упаковки (ящиков, контейнеров и др.) или в транспортной упаковке.

49. **Комиссионный магазин** (*магазин “Секонд-хенд”*): магазин площадью торгового зала от 18 м², в котором по методу самообслуживания осуществляют продажу непродовольственных товаров, в том числе бывших в употреблении и/или принятых от населения по договору комиссии и другим договорам.

50. **Магазин — приемозаготовительный пункт**: предприятие розничной торговли площадью торгового зала от 18 м², в котором наряду с продажей продовольственных и непродовольственных товаров осуществляют на определенных условиях закупки у населения сельскохозяйственной продукции, лекарственно-технического сырья, дикорастущих плодов, ягод, грибов, вторичного и кожевенного сырья, изделий народных промыслов.

51. **Торговый центр**: совокупность торговых предприятий и/или предприятий по оказанию услуг, реализующих универсальный или специализированный ассортимент товаров и универсальный ассортимент услуг, расположенных на определенной территории в зданиях или строениях, спланированных, построенных и управляемых как единое целое и предоставляющих в границах своей территории стоянку для автомашин.

52. **Торговый комплекс**: совокупность торговых предприятий, реализующих товары и оказывающих услуги, расположенные на определенной территории и централизующие функции хозяйственного обслуживания торговой деятельности.

Примечание. Под функциями хозяйственного обслуживания подразумевают инженерное обеспечение (электроосвещение, тепло- и водоснабжение, канализацию, средства связи), ремонт зда-

ний, сооружений и оборудования, уборку мусора, охрану торговых объектов, организацию питания служащих и т. п.

53. **Аутлет-центр**: торговый центр общей площадью свыше 5000 м², в котором осуществляют продажу непродовольственных товаров из коллекций (групп товаров, выпущенных в обращение под единым товарным знаком или маркой), не проданных в течение сезона или нескольких сезонов в торговых предприятиях первоначального размещения коллекций, по цене, ниже установленной при продаже товаров в сезон распродажи.

54. **Молл**: многофункциональный торгово-развлекательный центр общей площадью от 100 000 м².

55. **Интернет-магазин**: часть торгового предприятия/торговой организации или торговая организация, предназначенная для предоставления покупателю посредством сети Интернет сведений, необходимых при совершении покупки, в том числе об ассортименте товаров, ценах, продавце, способах и условиях оплаты и доставки, для приема от покупателей посредством сети Интернет сообщений о намерении приобрести товары, а также для обеспечения возможности доставки товаров продавцом либо его подрядчиком по указанному покупателем адресу либо до пункта самовывоза.

56. **Автозаправочная станция**: предприятие, осуществляющее розничную продажу нефтепродуктов и оказывающее дополнительные сопутствующие услуги потребителям.

57. **Автомагазин** (*торговый автофургон, автолавка*): нестационарный торговый объект, представляющий собой автотранспортное или транспортное средство (прицеп, полуприцеп) с размещенным в кузове торговым оборудованием, при условии образования в результате его остановки (или установки) одного или нескольких рабочих мест продавцов, на котором (ых) осуществляют предложение товаров, их отпуск и расчет с покупателями.

58. **Торговый автомат** (*вендинговый автомат*): нестационарный торговый объект, представляющий собой техническое устройство, предназначенное для автоматизации процессов продажи, оплаты и выдачи штучных товаров в потребительской упаковке в месте нахождения устройства без участия продавца.

59. **Автоцистерна:** нестационарный передвижной торговый объект, представляющий собой изотермическую емкость, установленную на базе автотранспортного средства или прицепа (полуприцепа), предназначенную для осуществления развозной торговли жидкими товарами в розлив (молоком, квасом и др.), живой рыбой и другими гидробионтами (ракообразными, моллюсками и пр.).

60. **Торговый павильон:** нестационарный торговый объект, представляющий собой отдельно стоящее строение (часть строения) или сооружение (часть сооружения) с замкнутым пространством, имеющее торговый зал и рассчитанное на одно или несколько рабочих мест продавцов.

Примечание. Павильон может иметь помещения для хранения товарного запаса.

61. **Киоск:** нестационарный торговый объект, представляющий собой сооружение без торгового зала с замкнутым пространством, внутри которого оборудовано одно рабочее место продавца и осуществляют хранение товарного запаса.

62. **Торговая палатка:** нестационарный торговый объект, представляющий собой оснащенную прилавком легковозводимую сборно-разборную конструкцию, образующую внутреннее пространство, не замкнутое со стороны прилавка, предназначенный для размещения одного или нескольких рабочих мест продавцов и товарного запаса на один день торговли.

63. **Бахчевой развал:** нестационарный торговый объект, представляющий собой специально оборудованную временную конструкцию в виде обособленной открытой площадки или установленной торговой палатки, предназначенный для продажи сезонных бахчевых культур.

64. **Елочный базар:** нестационарный торговый объект, представляющий собой специально оборудованную временную конструкцию в виде обособленной открытой площадки для новогодней (рождественской) продажи натуральных хвойных деревьев и веток хвойных деревьев.

65. **Торговая тележка:** нестационарный торговый объект, представляющий собой оснащенную колесным механизмом конструкцию на одно рабочее место и предназначенный для перемещения и продажи штучных товаров в потребительской упаковке.

66. Торговая галерея: нестационарный торговый объект, выполненный в едином архитектурном стиле, состоящий из совокупности, но не более пяти (в одном ряду) специализированных павильонов или киосков, симметрично расположенных напротив друг друга, обеспечивающих беспрепятственный проход для покупателей, объединенных под единой временной светопрозрачной кровлей, не несущей теплоизоляционную функцию.

66.1. Даркстор: здание или часть здания, строение или часть строения, сооружение или часть сооружения, помещение или часть помещения, предназначенные и используемые для приема, хранения товаров, а также их комплектования в заказы (с последующей доставкой), осуществленные потребителями посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Примечание. Получение информации о заказах, доставка которых выполняется из даркстора, а также сообщение продавцу и (или) владельцу агрегатора информации о товарах, о намерении купить товар осуществляются посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Формы и виды торговли

67. Форма торговли: совокупность видов торговой деятельности и видов и типов торгового предприятия, типов торгового объекта.

Примечание. Форма торговли зависит от использования или неиспользования торговых объектов.

68. Мелкооптовая торговля: разновидность оптовой торговли, связанная с реализацией товаров покупателю, минимальная партия которых равна или меньше одной транспортной (групповой) упаковки изготовителя и поставщика.

69. Мелкорозничная торговля: разновидность розничной торговли, связанная с реализацией товаров ограниченного ассортимента в нестационарных торговых объектах и по месту нахождения покупателей через передвижные средства развозной и разносной торговли.

70. Торговля по образцам: форма розничной торговли, осуществляемая по договору розничной купли-продажи, заключаемому

на основании ознакомления покупателя с образцом товара, предложенным продавцом и выставленным в месте продажи товаров.

71. Развозная торговля: форма мелкорозничной торговли, осуществляемая вне стационарной торговой сети с использованием специализированных или специально оборудованных для торговли транспортных средств, а также мобильного оборудования, применяемого только в комплекте с транспортным средством.

Примечание. К развозной торговле относят торговлю с использованием автомобиля: автолавки, автофургона, тонара, автоприцепа, автоцистерны, магазина-вагона, магазина-судна.

72. Разносная торговля: форма мелкорозничной торговли, осуществляемая вне стационарной торговой сети путем непосредственного контакта продавца с покупателем в организациях, на транспорте, на дому или на улице.

Примечание. К разносной торговле относят торговлю с рук, ручных тележек, через прилавки, из корзин и иных специальных приспособлений для демонстрации, удобства переноски и продажи товаров.

73. Дистанционная торговля: форма торговли, осуществляемая на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, на интернет-сайтах или представленным на фотоснимках, с использованием средств связи (телерадиорекламы, телемагазина, почтовой связи, электронной торговой площадки и других средств связи) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром (образцом товара) до заключения договора купли-продажи и осуществления оплаты за товар.

74. Посылочная торговля: вид дистанционной торговли, характеризующийся выбором товаров с помощью каталогов и иных информационных источников, в том числе в организациях почтовой связи, и доставкой товаров с использованием посылок, бандеролей и иных почтовых отправлений.

75. Электронная торговля: форма торговли, осуществляемая с использованием информационных систем, информационно-коммуникационной сети Интернет и электронных процедур.

76. **Электронная процедура торговли:** правила и порядок совершения электронных операций, связанных с электронной торговлей.

77. **Электронная торговая площадка:** комплекс информационных и технических решений, обеспечивающий взаимодействие покупателя (заказчика) с продавцом (поставщиком) через электронные каналы связи на всех этапах заключения сделки.

78. **Интернет-торговля:** форма электронной торговли, при которой ознакомление покупателя с товаром и условиями продажи, а также сообщение продавцу о намерении купить товар происходит посредством информационно-коммуникационной сети Интернет.

79. **Комиссионная торговля:** форма торговли, осуществляемая на основании заключенных договоров комиссии и других договоров.

80. **Кооперативная торговля:** форма торговли, осуществляемая потребителями обществами и союзами.

81. **Межрегиональная торговля:** форма торговли, осуществляемая торговыми организациями, официально зарегистрированными в различных субъектах Российской Федерации.

82. **Бартерная торговля:** форма торговли, основанная на выполнении товарообменных хозяйственных операций между хозяйствующими субъектами и предусматривающая расчет за реализованные товары в иной, чем в денежной, форме.

83. **Фирменная торговля:** форма торговли, характеризующаяся продажей товаров под одним или несколькими товарными знаками в предприятиях торговли; одним из учредителей является юридическое лицо или индивидуальный предприниматель — изготовитель данных товаров.

84. **Конкурсная торговля** (*торги, тендер*): форма торговли, характеризующаяся заключением на торгах договора купли-продажи с победителем, предложившим условия, наиболее полно отвечающие требованиям организаторов конкурса (тендера).

85. **Биржевая торговля:** форма оптовой торговли, характеризующаяся заключением на биржевых торгах договора купли-продажи в заранее определенном месте и определенное время по установленным биржей правилам.

86. Торговля с использованием автоматов: форма розничной торговли, осуществляемая с использованием торговых (вендинговых) автоматов.

87. Ярмарка: форма торговли, организуемая в установленном месте и на установленный срок с предоставлением торговых мест с целью продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на основе свободно определяемых непосредственно при заключении договоров купли-продажи и договоров бытового подряда цен.

Материально-техническая база торговли

88. Материально-техническая база торговли: совокупность всех средств труда, выступающих в форме собственных основных фондов торговых предприятий, а также фондов других отраслей, используемых в торговле.

89. Складское помещение: специально оборудованная часть помещения торгового предприятия, предназначенная для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.

90. Фасовочные помещения [участки]: помещения, участки (зоны, острова) в соответствующих отделах, в которых осуществляют предпродажную фасовку и упаковку товаров в потребительскую упаковку с одновременным установлением массы или объема товара.

91. Складской модуль: унифицированное сооружение, устройство, позволяющие реализовывать различные складские функции и включающие в себя необходимую инженерную инфраструктуру (водопровод, канализацию, электропроводку, отопительные узлы, холодильное и другое оборудование), соединенную с внешними коммуникациями.

Примечание. Конструктивное исполнение складских модулей обеспечивает возможность их быстрого соединения друг с другом в единый комплекс — модульный склад; в общем случае добавление (изъятие) складского модуля увеличивает или уменьшает мощность модульного склада, но не изменяет состава его функций.

92. Складское помещение основного производственного назначения: часть складского помещения, предназначенная для приемки, сортировки, хранения, комплектации, отпуска и отгрузки товаров.

Примечание. В состав складских помещений основного производственного назначения входят приемочные, секции хранения, холодильные камеры, комплектовочные, экспедиции.

93. Складское помещение подсобного назначения: часть складского помещения, предназначенная для размещения подсобных служб и выполнения работ по организации торгово-технологического процесса.

Примечание. В состав складских помещений подсобного назначения входят помещения для хранения упаковочных и обвязочных материалов, технологического оборудования, инвентаря, тары, уборочных машин, отходов упаковки, мойки инвентаря и производственной тары и т. п.

94. Административно-бытовое помещение торгового предприятия: часть помещения торгового предприятия, предназначенная для размещения аппарата управления и включающая бытовые помещения.

Примечание. В состав административно-бытового помещения входят служебные помещения (офисы), объекты питания персонала, санитарно-бытовые помещения и т. п.

95. Подсобное помещение торгового предприятия: часть помещения торгового предприятия, предназначенная для размещения вспомогательных служб и выполнения работ по обслуживанию технологического процесса.

Примечание. В состав подсобного помещения входят помещения для хранения упаковочных и обвязочных материалов, технологического оборудования, инвентаря, тары, уборочных машин, отходов упаковки, мойки инвентаря и производственной тары, приема стеклянной посуды от населения, экспедиция по доставке товаров на дом, коридоры, тамбуры, вестибюли и т. п.

96. Технические помещения торгового предприятия: часть помещений торгового предприятия, предназначенная для размещения технических служб и/или выполнения работ по техническому обслуживанию рабочих мест, торгово-технологического и механического оборудования.

Примечание. В состав технических помещений входят вентиляционные камеры, машинные отделения лифтов и холодильных установок, электрощитовые, котельная, тепловой узел, камеры кондиционирования воздуха, радиоузел, телефонные коммутаторы, опорный пункт автоматизированной системы управления и т. п.

97. Зона комплектации склада: участок склада, в котором осуществляют комплектацию товаров.

Примечание. Комплектация товаров — это подготовка товаров к продаже, сопровождающаяся сборкой отдельных частей товара.

98. Зона приемки склада: участок склада, в котором осуществляют приемку поступившего товара, приемочный контроль, принятие товара на учет (приход) и подготовку к размещению на складе.

99. Зона хранения склада: участок склада, в котором производится хранение, а в ряде случаев и комплектация товаров.

100. Производственные помещения торгового предприятия: часть помещений торгового предприятия, предназначенная для размещения технологического оборудования и/или оказания услуг (выполнения работ) по изготовлению продукции общественного питания, полуфабрикатов, предпродажной подготовке продуктов (фасовке, нарезке).

101. Контрольно-кассовый узел: специально оборудованная часть площади торгового зала, предназначенная для расчетов с покупателями за товары в зонах самообслуживания торгового предприятия, в пределах которой сосредоточено более одной контрольно-кассовой машины.

102. Вспомогательная площадь товарного склада: площадь складских помещений вспомогательного назначения, включая служебные помещения, пункты питания, санитарно-бытовые помещения, вестибюли, лестничные клетки, тамбуры.

103. Грузовая площадь склада: площадь складских помещений, занимаемая оборудованием, предназначенным для хранения товаров (стеллажами, поддонами, контейнерами).

104. Общая площадь товарного склада: площадь всех помещений товарного склада.

105. Подсобная площадь товарного склада: площадь складских помещений подсобного назначения: помещения для хранения упаковочных и обвязочных материалов, технологического оборудования, инвентаря, тары, уборочных машин, отходов упаковки, мойки инвентаря и производственной тары.

106. Складская площадь товарного склада: площадь складских помещений основного производственного назначения: приемочные, секции хранения, холодильные камеры, комплекточные, экспедиции.

107. Общая площадь торгового предприятия: площадь всех помещений торгового предприятия.

Примечание. В состав общей площади торгового предприятия входят все надземные, цокольные и подвальные помещения, включая галереи, тоннели, площадки, антресоли, рампы и переходы в другие помещения.

108. Торговая площадь торгового предприятия: площадь торговых помещений торгового предприятия.

109. Торговое помещение предприятия розничной торговли: часть помещения розничного торгового предприятия, включающая торговый зал и помещения для оказания услуг.

Примечание. К торговым помещениям не относят административно-бытовые помещения, а также помещения для приемки, хранения товаров и подготовки их к продаже, в которых не осуществляют обслуживание покупателей.

110. Торговый зал предприятия розничной торговли: специально оборудованная основная часть торгового помещения предприятия розничной торговли, предназначенная для обслуживания покупателей.

Примечание. Часть торгового зала торгового предприятия (торгового объекта) может использоваться для создания необходимого торгового запаса (складирования запаса), предназначенного для обеспечения бесперебойной торговли.

110.1. Торговый зал оптового продовольственного рынка: специально оборудованная часть помещений оптового продовольственного рынка, предназначенная для выкладки и демонстрации

товаров, подлежащих реализации, а также обеспечения беспрепятственного прохода оптовых покупателей и обслуживающего персонала с целью организации купли-продажи и расчетов между участниками этого процесса.

111. Площадь торгового зала: часть розничного торгового объекта, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей; площадь контрольно-кассовых узлов и кассовых кабин, площадь рабочих мест обслуживающего персонала, а также площадь проходов для покупателей.

Примечание. К площади торгового зала не относят площадь подсобных, административно-бытовых помещений, транспортных коридоров, а также помещений для приемки, хранения товаров и подготовки их к продаже, в которых не осуществляют обслуживание покупателей.

112. Полезная площадь крытых и открытых складов: площадь всех помещений склада, кроме площадей, занятых административными, техническими и бытовыми помещениями, стационарным оборудованием, железнодорожными и подкрановыми путями, противопожарными проездами и автодорогами.

113. Коэффициент использования складской площади: показатель, характеризующий отношение грузовой площади товарного склада к складской площади.

114. Установочная площадь розничного торгового предприятия: часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей.

115. Экспозиционная [демонстрационная] площадь: суммарная площадь горизонтальных, вертикальных и наклонных плоскостей торгового оборудования, используемого для показа и демонстрации товаров в торговом зале.

116. Отдел [секция, зона] торгового предприятия: часть площади торгового зала, предназначенной для продажи товаров определенной группы или определенных групп.

116.1. Торговое оборудование: технические средства [стационарные или перемещаемые предметы мебели, устройства и (или)

механизмы], устанавливаемые в торговом помещении предприятия розничной и оптовой торговли для размещения, фасовки, хранения и демонстрации товара, реализации, а также для проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей.

Торговый процесс и торговое обслуживание

117. Технология торговли: совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов.

118. Способ организации торговой деятельности: совокупность форм и условий торгового обслуживания покупателей.

119. Форма продажи товаров: организационный прием доведения товаров до покупателей.

Примечание. Различают магазинные и внемагазинные формы продажи товаров.

120. Метод самообслуживания: метод обслуживания покупателей, при котором покупатели имеют прямой доступ к товарам, размещенным на (в) приспособленном (предназначенном) для этого торговом оборудовании и/или месте, и самостоятельно, не пользуясь услугами персонала, осуществляют выбор и отбор товаров.

121. Выкладка товаров: размещение товаров в торговом зале, на торговом оборудовании и во внешних витринах торгового предприятия, позволяющее демонстрировать (показывать) товары покупателям.

Примечание. Выкладку товаров осуществляют в зависимости от назначения, форм и свойств товаров, например по видам изделий, артикулам, размерам. Выкладкой не является размещение товаров без ценников в торговом зале в закрытом торговом оборудовании (непрозрачных, закрытых шкафах, контейнерах и подобном оборудовании) или в закрытой транспортной упаковке (коробах, ящиках и тому подобной упаковке), не позволяющее покупателю самостоятельно обозреть товар.

121.1. Демонстрация товара: торгово-технологический процесс, при котором покупателю предоставляется доступ к товару для доведения наглядным способом информации о его потре-

бительских свойствах различными способами, включая визуальное ознакомление с товаром, или возможность тактильной оценки товара, или одорологическая оценка товара, или вкусовая оценка товара (дегустация), или демонстрация работы, или испытание товара в действии.

122. Фасование в торговле (*фасовка, предпродажное фасование*): упаковывание товаров в потребительскую упаковку на предприятии торговли с одновременным или предварительным установлением массы или объема товаров, в том числе путем нарезки, и нанесением маркировки (информации об изготовителе, сроке годности и пр.), установленной законодательством.

122.1. Предпродажная подготовка товаров: комплекс операций, выполняемых в торговом предприятии с товарами перед их подачей в торговый зал или иное место продажи в целях доведения до необходимой готовности для продажи (реализации) покупателям.

Примечание. Характер и объемы операций определяются ассортиментом, свойствами товаров отдельных видов, особенностями их упаковки, степенью готовности товаров к продаже (реализации), объемом покупок, применением тех или иных способов организации торговой деятельности.

123. Торговое обслуживание: деятельность продавца при непосредственном взаимодействии с покупателем, направленная на удовлетворение потребностей покупателя в процессе приобретения товара и/или услуги.

124. Форма торгового обслуживания: организационный прием, представляющий собой сочетание методов обслуживания покупателей: индивидуальное обслуживание продавцом/продавцом-консультантом (через прилавок, салонное обслуживание и т. п.), метод самообслуживания или комплексное обслуживание покупателей (сочетание индивидуального обслуживания продавцом/продавцом-консультантом и метода самообслуживания).

125. Процесс торгового обслуживания: комплекс последовательных операций, обеспечивающих осуществление торгового обслуживания в конкретном типе торгового предприятия.

126. **Условия торгового обслуживания:** совокупность факторов, воздействующих на покупателя в процессе торгового обслуживания.

127. **Качество торгового обслуживания:** совокупность характеристик процесса и условий торгового обслуживания покупателей.

128. **Культура торгового обслуживания:** совокупность характеристик и условий процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом и этикой обслуживающего персонала.

129. **Радиус торгового обслуживания:** расстояние, преодолимое покупателями от места жительства до предприятия торговли.

130. **Система торгового обслуживания:** совокупность взаимосвязанных элементов, обеспечивающих осуществление торгового обслуживания.

131. **Скорость торгового обслуживания:** среднее время, затрачиваемое на обслуживание одного покупателя.

132. **Услуги торговли:** результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя при покупке и продаже товаров.

Примечание. Услуги торговли включают в себя услуги розничной и оптовой торговли.

133. **Услуги розничной торговли:** результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при приобретении товаров по договорам купли-продажи или иным аналогичным договорам.

134. **Услуги оптовой торговли:** результат взаимодействия оптового продавца и оптового покупателя, а также собственная деятельность оптового продавца по удовлетворению потребностей оптового покупателя при приобретении товаров для их последующей перепродажи или профессионального использования.

135. **Безопасность услуги торговли:** комплекс свойств услуги, проявление которых при обычных условиях ее оказания не подвергает недопустимому риску жизнь, здоровье и имущество покупателя (потребителя).

136. **Ассортимент услуг торговли:** набор различных услуг торговли, объединенных или сочетающихся по определенным признакам.

137. **Доступность товаров для населения:** комплексный показатель, характеризующий обеспеченность населения товарами, представленными в торговой сети города (региона, страны).

Примечание. Различают экономическую (ценовую) и территориальную доступность товаров.

138. **Товародвижение:** процесс физического перемещения товаров от производителя в места продажи или потребления.

139. **Форма товародвижения:** организационный прием, представляющий собой разновидность способов продвижения товаров от производителя в места продажи или потребления.

140. **Транзитная форма товародвижения:** форма товародвижения от производителя непосредственно в места продажи или потребления, минуя склады посредников.

141. **Складская форма товародвижения:** форма товародвижения от производителя в места продажи или потребления через одно или несколько складских звеньев посредников.

142. **Этапы товародвижения:** стадии прохождения товаров при его продвижении от производителя к потребителю как на основе перехода прав собственности на товар, так и без него при транзитной и складской формах товародвижения.

143. **Товароснабжение:** система мероприятий по доведению товаров от поставщика до мест продажи или потребления.

144. **Торгово-технологический процесс:** комплекс последовательных операций, обеспечивающих процесс продажи и покупки товаров и товародвижения.

Примечание. Торгово-технологический процесс включает в себя операции по приему товара, его хранению, подготовке к продаже, выкладке и пополнению товара в торговом зале, демонстрацию, операции по обслуживанию покупателей и осуществлению учетно-расчетных операций.

145. **Операция торгово-технологического процесса:** отдельная законченная однородная часть торгово-технологического процесса.

145.1. **Продвижение товаров:** действия, направленные на повышение интереса потребителя к товару с целью увеличения потребительского спроса и расширения рынка сбыта данного товара.

Товароведение в торговле

146. **Товар:** объект гражданских прав, предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

147. **Товароведение:** наука и учебная дисциплина об основополагающих характеристиках товаров, определяющих потребительские свойства, и факторах обеспечения этих характеристик.

148. **Товарные ресурсы:** продукция, производимая внутри страны и завозимая по импорту, предназначенная для продажи населению, снабжения социальных учреждений и специального контингента потребителей, переработки и хозяйственных нужд, а также для создания товарных запасов.

149. **Безопасность товара:** состояние товара в обычных условиях его использования, хранения, транспортирования и утилизации, при котором риск вреда жизни, здоровью и имуществу потребителя ограничен допустимым уровнем.

150. **Товарная экспертиза:** исследование и оценка экспертами основополагающих потребительских характеристик товаров, а также их изменений в процессе товародвижения или при использовании потребителями, для принятия решений, выдачи независимых и компетентных заключений.

151. **Класс товаров:** совокупность товаров, имеющих аналогичное функциональное назначение.

Примечание. Класс товаров может быть представлен, например, швейными изделиями, трикотажными изделиями; класс товаров определяют согласно ОК 034-2014*.

152. **Группа товаров:** совокупность товаров определенного класса, обладающих сходными потребительскими свойствами и показателями, а также общим назначением.

* ОК 034-2014 (ОКПД 2) “Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности”.

Примечание. Примером конкретной группы товаров являются верхняя одежда, белье, обувь, молочные продукты и т. п.; группы товаров определяют согласно ОК 034-2014.

153. **Вид товаров:** совокупность товаров определенной группы, объединенных общим названием и назначением.

Примечание. Примером конкретного вида товаров являются плащи и куртки, принадлежащие к группе верхней одежды, а также представители других групп (классов), такие как телевизоры, холодильники, кровати. Вид товаров определяют согласно ОК 034-2014.

154. **Сорт товара:** категория качества одноименного товара, отличающаяся значениями показателей качества от высших и низших градаций качества.

155. **Товарная единица (ассортиментная единица):** развернутое торговое наименование, отражающее исчерпывающий перечень потребительских признаков, необходимых и достаточных покупателю для окончательного решения о покупке товара.

156.

Продовольственные товары: продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, безалкогольные напитки, жевательная резинка, пищевые добавки и биологически активные добавки.

[Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”, статья 2.]

157. **Непродовольственные товары:** продукты производственного процесса, предназначенные для продажи его населению, юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, но не с целью употребления в пищу человеком.

158. **Товары народного потребления:** товары, предназначенные для продажи населению с целью личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

159. **Товары производственного назначения:** товары, предназначенные для продажи юридическим лицам и индивидуаль-

ным предпринимателям с целью их использования в хозяйственной деятельности.

Примечание. К товарам производственного назначения относят технологическое оборудование, строительно-дорожную технику, транспортные машины общего пользования, топливно-сырьевые товары и т. п.

160. Товары повседневного спроса: продовольственные и непродовольственные товары сформированного спроса, регулярно используемые в личном, семейном потреблении.

161. Качество товара: совокупность потребительских свойств товара, соответствующих установленным требованиям, в том числе условиям договора купли-продажи или иным аналогичным.

162. Потребительское свойство товара: свойство товара, проявляющееся при его использовании потребителем в процессе удовлетворения потребностей.

Примечание. Потребительские свойства товара могут быть указаны в маркировке товара.

163. Товарные потери: потери, порча, бой товаров при их перевозке, хранении, предпродажной подготовке и реализации, включая потери по истечении срока годности.

164. Активируемые потери: потери, возникающие вследствие частичной или полной утраты свойственных товару потребительских свойств и списываемые по актам.

165. Нормируемые потери: потери, списываемые по утвержденным нормам.

Примечание. К нормируемым потерям относят естественную убыль и предреализационные потери.

166. Предреализационные потери: разновидность количественных нормируемых потерь, возникающих при подготовке товаров к продаже.

167. Естественная убыль: товарные потери, обусловленные естественными процессами, вызывающими изменение массы товара.

Примечание. К естественной убыли относят усушку, распыл, утечку, розлив и т. д.

168. **Нормы естественной убыли:** предельный размер товарных потерь, устанавливаемый нормативными документами по конкретному виду товара.

169. **Недостача:** физическое отсутствие денежных и материальных средств, включая товары и основные средства, выявленное в результате проведения контрольных процедур, ревизии, инвентаризации.

170. **Товарное соседство:** допустимые условия хранения, выкладки, реализации продовольственных товаров в торговом объеме совместно с другими продовольственными или непродовольственными товарами с целью недопущения их загрязнения и порчи.

171. **Конкурентоспособность товара:** способность товара обеспечивать коммерческий успех в условиях конкуренции и отвечать требованиям рынка по сравнению с аналогами-конкурентами.

172. **Разновидность товаров:** совокупность товаров определенного вида, выделенных по ряду частных признаков.

Примечание. Разновидность товаров представляют в виде конкретных марок, моделей, артикулов, сортов.

173. **Ассортимент товаров:** набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков (видам, классам, группам, моделям, размерам, цветам и/или иным признакам), предназначенный для продажи населению.

174. **Торговый ассортимент:** ассортимент товаров, представленный в торговом предприятии или в торговой сети.

175. **Структура ассортимента товаров:** соотношение выделенных по определенному признаку совокупностей товара в наборе.

Примечание. Совокупностью товаров являются класс, группа, вид товаров; для наглядности структуру ассортимента выражают в процентах.

176. **Обновление ассортимента товаров:** качественные и количественные изменения состояния набора товаров, проявляющиеся в пополнении новыми товарами и в исключении из него устаревших товаров.

177. **Управление ассортиментом товаров:** деятельность по формированию, поддержанию и совершенствованию ассортимента товаров в целях обеспечения рентабельности торговли.

178. Ассортиментный перечень товаров: часть торгового ассортимента товаров, который должен быть постоянно в продаже.

179. Ценник: бумажный или иной визуальный носитель информации, доступный для покупателей, в том числе с электронным отображением информации, с использованием грифельных досок, стендов, световых табло.

Примечание. Ценник сопровождает образцы товаров, выставляемых на прилавках, витринах и т. п., и должен содержать информацию о наименовании товара, сорте (при наличии), цене за массу или единицу (штуку, метр и т. д.) товара.

179.1. Товары, маркированные средствами идентификации: товары, на которые нанесены средства идентификации с соблюдением законодательства об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации и принятых в соответствии с ним нормативных правовых актов Российской Федерации, достоверные сведения о которых (в том числе сведения о нанесенных на них средствах идентификации и/или материальных носителях, содержащих средства идентификации) содержатся в государственной информационной системе мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации.

179.2. Товары, подлежащие обязательной маркировке средствами идентификации: товары, включенные в перечень отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, утвержденный Правительством Российской Федерации.

179.3. Средство идентификации: код маркировки в машиночитаемой форме, представленный в виде штрихового кода, или записанный на радиочастотную метку, или представленный с использованием иного средства (технологии) автоматической идентификации.

179.4. Код маркировки: уникальная последовательность символов, состоящая из кода идентификации и кода проверки.

179.5. Код идентификации: последовательность символов, представляющая собой уникальный номер экземпляра товара.

179.6. Код проверки: последовательность символов, сформированная в результате криптографического преобразования кода

идентификации и позволяющая выявить фальсификацию кода идентификации при его проверке с использованием фискального накопителя и/или технических средств проверки кода проверки.

179.7. Технические средства проверки кода проверки: программно-аппаратные шифровальные (криптографические) средства защиты кодов маркировки, в том числе фискальный накопитель, обеспечивающие возможность выявления корректировки или фальсификации кода идентификации в результате его проверки с использованием кода проверки и ключевого документа, предназначенного для проверки кода идентификации.

179.8. Технические средства формирования кода проверки: программно-аппаратные шифровальные (криптографические) средства защиты информации, которые обеспечивают формирование кода проверки в результате криптографического преобразования кода идентификации и в отношении которых федеральным органом исполнительной власти в области обеспечения безопасности выдан документ об их соответствии установленным требованиям к шифровальным (криптографическим) средствам защиты кодов маркировки.

Финансово-экономические и организационно-технологические показатели торговли

180. Цена: денежное выражение стоимости товара за количественную его единицу.

Примечание. При налогообложении под рыночной ценой товара (работы, услуги) подразумевают цену, сложившуюся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных (а при их отсутствии — однородных) товаров (работ, услуг) в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях.

181. Цена базисного периода: цена товара (работы, услуги), принятая за базу сравнения при исчислении индекса цен.

182. Оптовая цена: цена товара, реализуемого продавцом или поставщиком покупателю с целью его последующей перепродажи или профессионального использования.

183. Договорная цена: цена товаров, работ или услуг, согласованная сторонами в договорах купли-продажи, подряда или возмездного оказания услуг.

184. **Закупочная цена:** цена, по которой осуществляют закупки сельскохозяйственной продукции и других товаров у производителей оптовые и розничные предприятия, в том числе и для государственных нужд.

185. **Розничная цена:** цена товара, реализуемого непосредственно населению для личного, семейного, домашнего использования по договору розничной купли-продажи.

186. **Оборот торговли** (*товарооборот*): объем продажи товаров и оказания услуг в денежном выражении за определенный период времени.

187. **Оборот розничной торговли** (*розничный товарооборот*): объем продажи товаров и оказания услуг населению для личного, семейного, домашнего использования.

188. **Оборот оптовой торговли** (*оптовый товарооборот*): объем продажи товаров производителями и/или торговыми посредниками покупателям для дальнейшего использования в коммерческом обороте.

189. **Товарная структура оборота:** соотношение отдельных товарных групп в общем объеме товарооборота, выраженное в процентах.

190. **Товарные запасы:** количество товаров в денежном или натуральном выражении, находящихся в торговых предприятиях, на складах и в пути на определенную дату.

191. **Товарные запасы в днях оборота:** относительный показатель обеспеченности торговых предприятий товарными запасами на определенную дату, показывающий количество дней торговли, на которые хватит этих запасов.

192. **Норматив товарных запасов:** оптимальный размер товарных запасов, обеспечивающий бесперебойную продажу товаров при минимальных затратах.

193. **Издержки обращения:** денежная оценка затрат, произведенных продавцом в процессе продвижения товаров к покупателю за определенный период времени.

Примечание. Различают материальные, финансовые, трудовые и иные затраты.

194. **Денежные затраты торгового предприятия:** денежная оценка суммарных затрат торгового предприятия, как от-

носимых на издержки обращения, так и не учитываемых в их составе.

195. **Торговый аудит** (*торговая аудиторская проверка*): процедура независимой систематизированной и документированной проверки торговой организации, проводимой для оценки соответствия ее деятельности установленным требованиям.

< ... >

УТВЕРЖДЕНО
и введено в действие приказом Росстандарта
от 29 июня 2023 года № 449-ст

ОКС 03.080.30

ИЗМЕНЕНИЕ № 1

ГОСТ Р 51773-2009

Услуги торговли. Классификация предприятий торговли

Дата введения: 2023-10-01

Раздел 2. Заменить ссылку “ГОСТ Р 51631 (ЕН 81-70:2003)¹ Лифты пассажирские. Технические требования доступности, включая доступность для инвалидов и других маломобильных групп населения” на “ГОСТ 33652 (ЕН 81-70:2018) Лифты. Специальные технические требования безопасности и доступности для инвалидов и других маломобильных групп населения”;

сноску¹ исключить.

Раздел 3. Первый абзац изложить в новой редакции:

“В настоящем стандарте применены термины по [1] и ГОСТ Р 51303”.

Пункты 3.1–3.19 исключить.

Раздел 4. Пункт 4.2. Таблица 1. Строка 8. Графа “Классификационные группы”. После слов “магазин-салон” дополнить словами “оптовый продовольственный рынок”.

Раздел 5. Пункт 5.2. Таблицу 2 дополнить строкой (после 6-й строки):

Универсальное предприятие торговли	Оптовый продовольственный рынок	Оптовая торговля	100 000	Продовольственные товары, в том числе сельскохозяйственная продукция (преимущественно плодоовощная, мясная продукция, продукция аквакультуры), дикорастущая продукция, морские ресурсы, сопутствующие непродовольственные товары	Индивидуальное обслуживание, в том числе реализация товаров в транспортной упаковке, с автотранспорта	Широкая зона обслуживания. Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Оказание дополнительных услуг торговли
------------------------------------	---------------------------------	------------------	---------	--	---	---

Пункт 6.1. Исключить ссылки: “[4], [5]”.

Пункт 6.2. Ссылки изложить в новой редакции: “[1] — [5]”.

Пункт 6.5. Ссылки изложить в новой редакции: “[5], [6]”.

Пункт 6.7. Заменить ссылку: “[7]” на “[4]”.

Пункт 6.8. Ссылки изложить в новой редакции: “[7], [8]”.

Пункт 6.9. Ссылки изложить в новой редакции: “[9], [10]”.

Пункт 6.10. Заменить ссылку: “[17]” на “[11]”.

Пункт 6.11. Заменить ссылку: “[18]” на “[12]”.

Пункт 6.14. Заменить ссылки: “(ГОСТ Р 51631” и [19])” на “ГОСТ 33652 и “[13]”.

Пункт 6.18. Заменить ссылку: “[20]” на “[14]”.

Элемент стандарта “Библиография” изложить в новой редакции:

Библиография

- | | |
|---|--|
| [1] Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ | “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”. |
| [2] Федеральный закон от 30.12.2009 № 384-ФЗ | Технический регламент о безопасности зданий и сооружений. |
| [3] Постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2020 № 2463 | “Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование |

- потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации”.
- [4] Федеральный закон от 22.07.2008 № 123-ФЗ Технический регламент о требованиях пожарной безопасности.
- [5] СП 118.13330.2022 “СНиП 31-06-2009. Общественные здания и сооружения”.
- [6] СП 54.13330.2022 “СНиП 31-01-2003. Здания жилые многоквартирные”.
- [7] СП 52.13330.2016 “СНиП 23-05-95*. Естественное и искусственное освещение”.
- [8] СП 60.13330.2020 “СНиП 41-01-2003. Отопление, вентиляция и кондиционирование воздуха”.
- [9] СП 51.13330.2011 “СНиП 23-03-2003. Защита от шума”.
- [10] СанПиН 1.2.3685-21 Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания.
- [11] СП 2.3.6.3668-20 Санитарно-эпидемиологические требования к условиям деятельности торговых объектов и рынков, реализующих пищевую продукцию.
- [12] СанПиН 2.3/2.4.3590-20 Санитарно-эпидемиологические требования к организации общественного питания населения.
- [13] СП 59.13330.2020 “СНиП 35-01-2001. Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения”.
- [14] Кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ Трудовой кодекс Российской Федерации (статьи 214, 215 и 219).

(ИУС № 10 2023 г.)

ПРОЕКТ
Вносится Правительством Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу законодательных актов (отдельных положений законодательных актов) Российской Федерации

Статья 1

Внести в Федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2010, № 1, ст. 2; № 52, ст. 6984; 2011, № 48, ст. 6728; 2012, № 53, ст. 7643; 2013, № 52, ст. 7011; 2016, № 27, ст. 4197, 4206; 2018, № 49, ст. 7518; № 53, ст. 8414; 2021, № 27, ст. 5182; 2022, № 8, ст. 1035) следующие изменения:

1) пункт 3 части 4 статьи 1 признать утратившим силу;

2) статью 2 дополнить пунктами 21–24 следующего содержания:

“21) *ярмарка* — ограниченное во времени мероприятие, организуемое на определенной территории, в том числе на земельном участке, с целью осуществления деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг);

22) *рынок* — имущественный комплекс, предназначенный для организации круглогодичного осуществления деятельности множества продавцов по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на основе свободно определяемых непосредственно при заключении соответствующих договоров цен, включенный в реестр рынков или реестр оптовых продовольственных рынков и имеющий в своем составе специально оборудованные и отведенные организатором рынка торговые места, не менее 30 процентов которых от их общего количества предназначены для продажи продовольственных товаров;

23) *торговое место на рынке* — специально оборудованный и отведенный организатором рынка торговый объект, а также используемое для осуществления деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) место на рынке, в том числе открытый прилавок, место для продажи товаров с использованием автотранспортного средства, отвечающие требованиям, установленным органом государственной власти субъекта Российской Федерации, на территории которого находится рынок, и организатором рынка;

24) *открытый прилавок на рынке* — торговое место на рынке, оснащенное прилавком, а также при необходимости холодильным и иным торговым оборудованием, предназначенное для выкладки товаров с целью осуществления деятельности по их продаже, и не имеющее конструктивных элементов (стен, перекрытий, дверей), ограничивающих доступ к товарам и обеспечивающих их сохранность в отсутствие продавца”;

3) часть 2 статьи 3 признать утратившей силу;

4) в статье 11:

а) часть 4 изложить в следующей редакции:

“4. Места для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарке предоставляются юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, а также гражданам (в том числе гражданам — членам крестьянских (фермерских) хозяйств, гражданам, ведущим личные подсобные хозяйства или занимающимся садоводством, огородничеством, животноводством)”;

б) дополнить частью 7 следующего содержания:

“7. Реализация на ярмарках пищевых продуктов животного происхождения непромышленного изготовления допускается только после проведения ветеринарно-санитарной экспертизы”;

5) дополнить статьей 11.1 следующего содержания:

“Статья 11.1. Требования к организации рынков и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них

1. Рынок организуется в соответствии с архитектурными, градостроительными и строительными нормами и правилами, с проектами планировки и благоустройства территории субъекта Российской Федерации и территории муниципального образования.

Организатором рынка выступают юридические лица, индивидуальные предприниматели, которые зарегистрированы в установленном законодательством Российской Федерации порядке и которым принадлежат на праве собственности, аренды, хозяйственного ведения, оперативного управления объект или объекты недвижимости, расположенные на территории, в пределах которой предполагается организация рынка (далее — организатор рынка).

2. Рынок должен отвечать требованиям, установленным настоящим Федеральным законом и принятыми в соответствии с ним нормативными правовыми актами, законодательством Российской Федерации о защите прав потребителей, законодательством Российской Федерации в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения, законодательством Российской Федерации о пожарной безопасности, законодательством в области охраны окружающей среды, и другим установленным федеральными законами требованиям.

3. Организация специализирующихся на оптовой торговле продовольственными товарами крупных рынков, критерии отнесения к которым определяются Правительством Российской Федерации (далее — оптовый продовольственный рынок), и организация продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на указанных рынках осуществляется в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

К оптовым продовольственным рынкам применяются требования к рынкам, если иного не установлено настоящим Федеральным законом.

4. Организация рынков (за исключением оптовых продовольственных рынков), и организация продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на рынках (за исключением оптовых продовольственных рынков) осуществляется в соответствии с положениями настоящего Федерального закона и в порядке, установленном нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации, на территориях которых такие рынки организуются (далее — Порядок организации рынков).

5. Порядком организации рынков предусматриваются общие требования к содержанию рынков и их оборудованию, к торговым

местам на рынках и их минимальному количеству, в том числе к количеству торговых мест, на которых осуществляется деятельность по продаже сельскохозяйственной продукции, произведенной сельскохозяйственными товаропроизводителями, гражданами — членами крестьянских (фермерских) хозяйств, гражданами, ведущими личные подсобные хозяйства или занимающимися садоводством, огородничеством, животноводством, сельскохозяйственными производственными кооперативами и организациями потребительской кооперации, а также количество (доля) открытых прилавков в общем количестве торговых мест на рынке.

6. Правовое положение рынка и правовой статус организатора рынка приобретаются соответствующим имущественным комплексом и лицом (юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем), отвечающим требованиям действующего законодательства, с момента включения их в реестр рынков.

7. Формирование и ведение реестра рынков субъекта Российской Федерации (за исключением оптовых продовольственных рынков) осуществляется соответствующим уполномоченным органом государственной власти субъекта Российской Федерации.

8. Включение сведений в реестр рынков (за исключением оптовых продовольственных рынков) осуществляется на основании: полученной от органа местного самоуправления информации о поданном в орган местного самоуправления юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем заявления о включении в реестр рынков; поданного органом местного самоуправления заявления по результатам проведенных мероприятий по мониторингу и выявлению имущественных комплексов, отвечающих признакам рынка, установленным настоящим Федеральным законом и принятыми в соответствии с ним нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

9. Формирование и ведение реестра оптовых продовольственных рынков осуществляется федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере внутренней торговли на основании представления уполномоченного органа государственной власти субъекта Российской Федерации.

10. Правила формирования реестра рынков и реестра оптовых продовольственных рынков по основаниям, указанным в настоящем Федеральном законе, ведение реестра рынков и реестра оптовых продовольственных рынков устанавливаются Правительством Российской Федерации.

11. Сведения, содержащиеся в реестре рынков субъекта Российской Федерации, размещаются в сети Интернет на официальном сайте соответствующего уполномоченного органа государственной власти субъекта Российской Федерации.

Сведения, содержащиеся в реестре оптовых продовольственных рынков, размещаются в сети Интернет на официальном сайте федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере внутренней торговли.

12. Планировка, перепланировка и застройка рынков, реконструкция и модернизация зданий, строений, сооружений и находящихся в них помещений осуществляются организатором рынка при соблюдении архитектурных, градостроительных и строительных норм и правил, а также в соответствии с Порядком организации рынков.

13. Для организации деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на рынках (за исключением оптовых продовольственных рынков) организатор рынка вправе использовать исключительно капитальные здания, строения, сооружения.

На рынках, имеющих в своем составе торговые места, не менее 60 процентов которых от общего количества торговых мест предназначены для продажи продовольственных товаров, могут быть использованы торговые места вне капитальных зданий, строений и сооружений на территории рынка или на открытых площадках в пределах рынка, если законодательством субъекта Российской Федерации не установлено иное.

На рынке должно быть доступное для обозрения место, на котором размещаются информация, содержащая схему размещения на рынке торговых мест, информация о порядке и об условиях предоставления торговых мест, в том числе о размере платы за предоставление торгового места, информация о наличии сво-

бодных торговых мест и об их назначении, а также о сроках прекращения действия договоров о предоставлении торговых мест.

14. В случае осуществления деятельности по продаже пищевых продуктов животного происхождения на рынке должна быть размещена и оборудована лаборатория ветеринарно-санитарной экспертизы.

15. В случае осуществления деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) с использованием средств измерений (весов, гирь, мерных емкостей, метров и других) на рынке в доступном месте должны быть установлены соответствующие метрологическим правилам и нормам измерительные приборы в целях проверки покупателями правильности цены, меры, веса приобретенных товаров (работ, услуг).

16. В целях организации деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на рынке организатором рынка:

1) разрабатывается и утверждается схема размещения торговых мест;

2) организуются охрана рынка и участие в поддержании общественного порядка на рынке;

3) обеспечивается соблюдение лицами, заключившими с организатором рынка договоры о предоставлении торговых мест, требований законодательства Российской Федерации о защите прав потребителей, законодательства Российской Федерации в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения и иных предусмотренных законодательством Российской Федерации требований;

4) обеспечивается соблюдение лицами, заключившими с организатором рынка договоры о предоставлении торговых мест, и продавцами требований законодательства Российской Федерации о применении ими контрольно-кассовой техники;

5) обеспечивается соблюдение лицами, заключившими с организатором рынка договоры о предоставлении торговых мест, складских, подсобных, административно-хозяйственных и иных помещений, правил привлечения к трудовой деятельности в Российской Федерации иностранных граждан и лиц без гражданства (в том числе иностранных работников);

6) осуществляется проверка соответствия продавцов и занимаемых ими торговых мест требованиям, установленным настоящим Федеральным законом. Указанная проверка в обязательном порядке проводится ежедневно до начала работы рынка. В случае выявления нарушений при проведении указанной проверки организатор рынка должен принять необходимые меры по устранению выявленных нарушений или в этот же день уведомить соответствующие контрольные и надзорные органы.

18. Торговые места на рынке предоставляются организатором рынка юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, а также гражданам (в том числе гражданам — членам крестьянских (фермерских) хозяйств, гражданам, ведущим личные подсобные хозяйства или занимающимся садоводством, огородничеством, животноводством) по договорам о предоставлении торговых мест.

Не допускается необоснованный отказ от предоставления торговых мест организатором рынка.

Организатор рынка предоставляет сельскохозяйственным товаропроизводителям по их запросу торговые места для осуществления деятельности по продаже сельскохозяйственной продукции, не прошедшей промышленной переработки, в том числе с автотранспортных средств при наличии такой возможности.

19. При заключении договоров о предоставлении торговых мест лицами, указанными в части 18 настоящей статьи, должны предоставляться следующие сведения:

1) сведения о заявителе:

а) полное и (в случае, если имеется) сокращенное наименование, в том числе фирменное наименование, и организационно-правовая форма юридического лица, место его нахождения, государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица и данные документа, подтверждающего факт внесения сведений о юридическом лице в единый государственный реестр юридических лиц, — для юридических лиц;

б) фамилия, имя и (в случае, если имеется) отчество индивидуального предпринимателя, место его жительства, данные документа, удостоверяющего его личность, государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации индивиду-

ального предпринимателя и данные документа, подтверждающего факт внесения сведений об индивидуальном предпринимателе в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей, — для индивидуальных предпринимателей;

в) фамилия, имя и (в случае, если имеется) отчество гражданина, место его жительства, данные документа, удостоверяющего его личность, сведения о гражданстве, реквизиты документа, подтверждающего осуществление крестьянским (фермерским) хозяйством его деятельности, ведение личного подсобного хозяйства или занятие садоводством, огородничеством, животноводством, — для граждан;

2) идентификационный номер налогоплательщика и данные документа о постановке заявителя на учет в налоговом органе — для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей;

3) срок предоставления торгового места и цели его использования;

4) перечень продавцов, привлекаемых заявителем, и сведения о них, включающие в себя фамилию, имя и (в случае, если имеется) отчество физического лица, данные документа, удостоверяющего его личность, сведения о его гражданстве и правовые основания его привлечения к деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на рынке;

5) сведения, предоставляемые при заключении договора о предоставлении торгового места, должны быть подтверждены документально.

20. Порядок заключения договора о предоставлении торгового места устанавливается уполномоченным органом государственной власти субъектов Российской Федерации.

Таким порядком должна предусматриваться упрощенная форма договора о предоставлении торговых мест на рынке гражданам — членам крестьянских (фермерских) хозяйств, гражданам, ведущим личные подсобные хозяйства или занимающимся садоводством, огородничеством, животноводством.

Цена договора о предоставлении торгового места определяется организатором рынка самостоятельно.

21. Предоставление торговых мест иностранным гражданам, зарегистрированным в качестве индивидуальных предпринима-

телей, а также лицам, привлекающим иностранных работников в качестве продавцов, осуществляется организатором рынка с учетом установленной Правительством Российской Федерации допустимой доли иностранных работников, используемых на рынках.

За нарушение данного требования организатор рынка несет ответственность, установленную законодательством Российской Федерации.

22. Сокращение Правительством Российской Федерации допустимой доли иностранных работников, используемых на рынках, является основанием для прекращения трудового договора, заключенного с иностранным работником, или досрочного расторжения гражданско-правового договора, заключенного с иностранным работником.

Досрочное расторжение указанного гражданско-правового договора осуществляется без обращения в суд.

23. При продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг) на рынке продавцы также должны иметь в наличии на торговом месте договор о предоставлении торгового места или его копию и документ, удостоверяющий личность, а также иные предусмотренные законодательством Российской Федерации, законодательством субъектов Российской Федерации, нормативными правовыми актами органов местного самоуправления документы.

24. Организатор рынка осуществляет контроль за соблюдением лицами, заключившими договор о предоставлении торгового места, установленной Правительством Российской Федерации допустимой доли иностранных работников, используемых на рынках”;

б) в статье 17:

а) в части 2: пункт 1 после слов “направленных на строительство” дополнить словами “и реконструкцию рынков”;

б) пункт 3 части 3 изложить в следующей редакции:

“3) принимают меры экономического стимулирования по поддержке строительства, реконструкции, а также по размещению рынков и иных объектов социально ориентированной торговой инфраструктуры, организации ярмарок и обеспечению доступности для хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг), имущества, находящегося в муниципальной собственности”.

Статья 2

Внести в статью 16 Федерального закона от 22 ноября 1995 года № 171-ФЗ “О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции” (Собрание законодательства Российской Федерации, 27.11.1995 № 48, ст. 4553; 2005, № 30, ст. 3113; 2009, № 1, ст. 21; 2011, № 1, ст. 42; № 30, ст. 4566, 4601; 2012, № 53, ст. 7584; 2015, № 1, ст. 43; 2016, № 26, ст. 3871; № 27, ст. 4194; 2017, № 31, ст. 4827; 2018, № 1, ст. 17; № 49, ст. 7520; 2020, № 17, ст. 2723; 2021, № 27, ст. 5173; 2022, № 1, ст. 56; № 13, ст. 1963; 2023, № 12, ст. 1881) следующие изменения:

1) подпункт 3 пункта 2 изложить в следующей редакции:

“3) на рынках, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом”;

2) подпункт 1 пункта 3 изложить в следующей редакции:

“1) в подпункте 3 пункта 2 настоящей статьи — не распространяется на розничную продажу алкогольной продукции организациями с использованием торгового места на рынке, являющегося стационарным торговым объектом, в отношении которого оформлена лицензия на розничную продажу алкогольной продукции, а также розничную продажу организациями и индивидуальными предпринимателями пива, пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи с использованием торгового места на рынке, являющегося стационарным торговым объектом”;

3) в пункте 6:

а) в подпункте 2 слова “в подпунктах 3 и 9” заменить словами “в подпункте 9”;

б) дополнить подпунктами 2.1 и 2.2 следующего содержания:

“2.1) в подпункте 3 пункта 2 настоящей статьи — не распространяется на розничную продажу пива, пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи, осуществляемую организациями и индивидуальными предпринимателями, при оказании этими организациями и индивидуальными предпринимателями услуг общественного питания;

2.2) в подпункте 3 пункта 2 настоящей статьи — не распространяется на розничную продажу алкогольной продукции, осуществляемую организациями, при оказании этими организация-

ми услуг общественного питания с использованием торгового места на рынке, являющегося стационарным объектом общественного питания, в отношении которого оформлена лицензия на розничную продажу алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания”.

Статья 3

Признать утратившими силу:

1) Федеральный закон от 30 декабря 2006 года № 271-ФЗ “О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2007, № 1, ст. 34);

2) Федеральный закон от 2 июня 2007 года № 86-ФЗ “О внесении изменений в статью 24 Федерального закона “О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2007, № 23, ст. 2692);

3) статью 122 Федерального закона от 23 июля 2008 года № 160-ФЗ “О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием осуществления полномочий Правительства Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, № 30, ст. 3616);

4) Федеральный закон от 3 июня 2009 года № 116-ФЗ “О внесении изменений в статью 15 Федерального закона “О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2009, № 23, ст. 2771);

5) Федеральный закон от 17 июля 2009 года № 156-ФЗ “О внесении изменений в статью 24 Федерального закона “О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2009, № 29, ст. 3593);

6) статью 4 Федерального закона от 23 декабря 2010 года № 369-ФЗ “О внесении изменений в статью 11 Федерального закона “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации” и отдельные законодательные акты Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2010, № 52, ст. 6984);

7) статью 55 Федерального закона от 1 июля 2011 года № 169-ФЗ “О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2011, № 27, ст. 3880);

8) статью 26 Федерального закона от 21 ноября 2011 года № 327-ФЗ “О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона “Об организованных торгах” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2011, № 48, ст. 6728);

9) Федеральный закон от 6 декабря 2011 года № 396-ФЗ “О внесении изменений в статью 24 Федерального закона “О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2011, № 50, ст. 7338);

10) статью 5 Федерального закона от 28 декабря 2013 года № 446-ФЗ “О внесении изменений в Федеральный закон “О крестьянском (фермерском) хозяйстве” и отдельные законодательные акты Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, № 52, ст. 7011);

11) статью 11 Федерального закона от 29 декабря 2014 года № 485-ФЗ “О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам перераспределения полномочий между органами местного самоуправления и органами государственной власти субъекта Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2015, № 1, ст. 38);

12) Федеральный закон от 31 декабря 2014 года № 492-ФЗ “О внесении изменений в статью 24 Федерального закона “О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2015, № 1, ст. 45);

13) статью 1 Федерального закона от 31 декабря 2014 года № 493-ФЗ “О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с особенностями применения законодательства Российской Федерации на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2015, № 1, ст. 46);

14) подпункт “а” пункта 4 Федерального закона от 2 августа 2019 года № 302-ФЗ “О внесении изменений в Федеральный закон “О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации” в части уточнения требований к организации и осуществлению деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на розничном рынке” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2019, № 31, ст. 4461);

15) Федеральный закон от 2 декабря 2019 года № 422-ФЗ “О внесении изменений в статью 24 Федерального закона “О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2019, № 49, ст. 6981);

16) Федеральный закон от 28 июня 2022 года № 233-ФЗ “О внесении изменения в статью 15 Федерального закона “О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2022, № 27, ст. 4634);

17) Федеральный закон от 4 ноября 2022 года № 436-ФЗ “О внесении в статью 14 Федерального закона “О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 2022, № 45, ст. 7681).

Статья 4

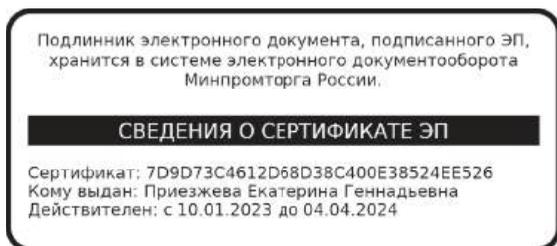
1. Настоящий Федеральный закон вступает в силу с 1 сентября 2024 года, но не ранее чем по истечении одного месяца со дня его официального опубликования.

2. Рынок, на момент принятия настоящего Федерального закона имеющий в своем составе торговые места, не менее 30 процентов которых от общего количества торговых мест предназначены для продажи продовольственных товаров, и действующий на основании разрешения, выданного органом местного самоуправления, на территории которого находится рынок, в соответствии с Федеральным законом от 30.12.2006 № 271-ФЗ “О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации” продолжает осуществление деятельности в соответствии с положениями настоящего Федерального закона и принятыми в соответствии с ним нормативными правовыми актами.

Сведения об указанном рынке подлежат включению в реестр рынков на основании заявления, предоставленного органом местного самоуправления в соответствующий орган государственной власти субъекта Российской Федерации, на территории которого находятся такие рынки, в порядке, предусмотренном частью 8 статьи 11.1 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации” (в редакции настоящего Федерального закона).

3. Имущественные комплексы, предназначенные для организации и осуществления деятельности множества продавцов по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг), и действующие на основании разрешения, выданного органом местного самоуправления, на территории которого организован рынок в соответствии с Федеральным законом от 30.12.2006 № 271-ФЗ “О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации”, и которые на момент принятия настоящего Федерального закона имеют в своем составе торговые места, менее 30 процентов которых от общего количества торговых мест предназначены для продажи продовольственных товаров, могут быть использованы для дальнейшего осуществления торговой деятельности без включения в реестр рынков или реестр оптовых продовольственных рынков. В таком случае положения статьи 11.1 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации” (в редакции настоящего Федерального закона) к таким имущественным комплексам не применяются.

Президент
Российской Федерации



ПРОТОКОЛ
очного заседания рабочей группы от экспертного
и делового сообщества при подкомиссии
по совершенствованию контрольно-надзорных
и разрешительных функций федеральных органов
исполнительной власти при Правительственной
комиссии по проведению административной реформы
в сфере торговли и защиты прав потребителей

г. Москва

02 февраля 2024 г.

№ РГДС 118

Дата проведения заседания: “02” февраля 2024 г.
Дата составления протокола: “02” февраля 2024 г.

ПОВЕСТКА

1. Проекты федеральных законов “О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу законодательных актов (отдельных положений законодательных актов) Российской Федерации” (далее — законопроект № 1), “О внесении изменения в статью 413 части второй Налогового кодекса Российской Федерации” (далее — законопроект № 2), “О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях” (далее — законопроект № 3) (письмо Минпромторга России от 11.01.2024 № ПЕ-1005/15).

Рабочая группа по данному вопросу — профильная.

Общее количество членов рабочей группы, имеющих право голоса, составляет 17 человек. На заседании присутствовали **13 членов РГ и их представителей: Соколов А. В. (сопредседатель),**

Белова Н. А. (ответственный секретарь), Агапов А. В., Глушченко А. Н., Дзоблаева Ф. Х. (по доверенности от имени Азизова А. М.), Каштельян Е. А (по доверенности от имени Поповичева А. В.), Орлова А. В., Онищук А. В., Караваев И. Е., Гришанова А. В. (по доверенности от имени Духанина А. И.), Кузнецов С. А., Бобровский П. И., Подшибякин А. С.

Кворум по всем вопросам имеется.

1. Проекты федеральных законов “О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу законодательных актов (отдельных положений законодательных актов) Российской Федерации” (далее — законопроект № 1), “О внесении изменения в статью 413 части второй Налогового кодекса Российской Федерации” (далее — законопроект № 2), “О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях” (далее — законопроект № 3) (письмо Минпромторга России от 11.01.2024 № ПЕ-1005/15).

От разработчика выступали:

Лифинцев Александр Геннадьевич — заместитель директора Департамента развития внутренней торговли Минпромторга РФ, Станчу Тамара Бадриевна — референт Департамента развития внутренней торговли Минпромторга РФ. Рабочая группа рассмотрела проекты федеральных законов.

При рассмотрении проектов заслушали предложения Союза рынков России, озвученные Генеральным директором Союза Нуралиевым С. У. и изложенные в Приложении № 1 к настоящему протоколу.

Минпромторг России поддерживает замечания, озвученные на заседании, и предлагает учесть предложения в подзаконных актах к проектам федеральных законов.

По итогам обсуждения на голосование поставлен вопрос о согласовании проектов федеральных законов при условии учета предложений, изложенных в Приложении № 1 к настоящему протоколу, в подзаконных актах к проектам федеральных законов.

Рабочая группа единогласно согласовала проекты федеральных законов при условии учета предложений, изложенных в Приложении № 1 к настоящему протоколу, в подзаконных актах к проектам федеральных законов.

Сопредседатель от экспертного и делового сообщества Ответственный секретарь

Соколов А. В.



подпись

Белова Н. А.



подпись

ПРЕДЛОЖЕНИЯ

к проектам федеральных законов “О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу законодательных актов (отдельных положений законодательных актов) Российской Федерации” (далее — законопроект № 1), “О внесении изменения в статью 413 части второй Налогового кодекса Российской Федерации” (далее — законопроект № 2), “О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях” (далее — законопроект № 3) (письмо Минпромторга России от 11.01.2024 № ПЕ-1005/15) Союза рынков России

В законопроектах Минпромторга России учтены замечания и предложения Союза рынков России и Центросоюза России в части формирования и ведения федерального реестра оптовых продовольственных рынков, предложенные при обсуждении этих законопроектов на предыдущем заседании рабочей группы экспертного и делового сообщества (протокол от 10 марта 2023 года № РГДС 90).

Вместе с тем в эти законопроекты внесены также изменения и поправки, которые требуют дополнительного обсуждения и обоснования.

1. В законопроектах рассматриваются вопросы развития и регулирования деятельности оптовых продовольственных рынков, розничных рынков и ярмарок с учетом особенностей выполняемых ими функций.

¹ Приложение к выписке из протокола очного заседания рабочей группы к протоколу от 02.02.2024 № 118 очного заседания рабочей группы от экспертного и делового сообщества при подкомиссии по совершенствованию контрольно-надзорных и разрешительных функций федеральных органов исполнительной власти при Правительственной комиссии по проведению административной реформы в сфере торговли и защиты прав потребителей.

В экономической литературе существуют более 200 понятий “рынок”, которые характеризуются как система экономических связей в отдельной отрасли: рынок мяса, рынок молока, рынок различных видов продовольственных товаров, а также рынок непродовольственных товаров: нефти, газа и т. д.

Понятия “оптовый продовольственный рынок” и “розничный рынок” характеризуются наличием территориально-имущественных комплексов, оборудованных для организации оптовой и розничной торговли продовольствием.

С учетом этих особенностей и в соответствии с пунктом 2 раздела 1 Плана мероприятий по реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации внесены изменения в национальные стандарты: ГОСТ Р 51303-2023 “Термины и определения” и Изменения № 1 в ГОСТ Р 51773-2009 “Услуги торговли. Классификация предприятий торговли”, которые вступили в силу с 1 октября 2023 года.

К сожалению, в законопроектах не учтены понятия и требования, предусмотренные этими стандартами.

В связи с этим считаем необходимым уточнить формулировку понятия “рынок” (абзац 22 статьи 1) и выделить два основных понятия: “оптовый продовольственный рынок” и “розничный рынок”.

2. Поскольку оптовые продовольственные рынки предназначены для реализации скоропортящейся продукции (плодоовощной, мясной, рыбной), а доля сопутствующих товаров должна быть незначительной, считаем формулировку о том, что не менее 30% торговых мест от их общего количества предназначены для продажи продовольственных товаров, неправильной и крайне заниженной.

Союз рынков России и Центросоюз России считают необходимым учесть эти замечания и предложения при рассмотрении проектов федеральных законов на заседании рабочей группы экспертного и делового сообщества.

Сопредседатель от экспертного
и делового сообщества

Соколов А. В.



подпись

Ответственный секретарь

Белова Н. А.



подпись

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ИТОГИ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ОПТОВЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ И ЗАДАЧИ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И БИЗНЕСА	6
1.1. Предпосылки и необходимость Концепции развития оптовых продовольственных рынков.....	6
1.2. Итоги реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков за 2022–2023 годы.....	15
1.3. Рекомендации по размещению оптовых продовольственных рынков.....	23
2. РЕГЛАМЕНТ РАБОТЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА ОПТОВЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ	38
2.1. Механизм и регламент работы оптовых продовольственных рынков.....	38
2.2. Структурные элементы оптовых продовольственных рынков и их основные задачи.....	40
2.3. Основные преимущества оптовых продовольственных рынков.....	47
3. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ОПТОВЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ	52
ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ	71
ПРИЛОЖЕНИЯ	
<i>Приложение 1.</i> Концепция развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации.....	74
<i>Приложение 2.</i> План мероприятий по реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации на 2022–2026 годы.....	80
<i>Приложение 3.</i> Методические рекомендации по организации оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации.....	82

<i>Приложение 4. Национальный стандарт Российской Федерации. ГОСТ Р 51303-2023 “Торговля. Термины и определения</i>	<i>93</i>
<i>Приложение 5. Изменение № 1 в ГОСТ Р 51773-2009 “Услуги торговли. Классификация предприятий торговли</i>	<i>126</i>
<i>Приложение 6. Проект Федерального закона “О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу законодательных актов (отдельных положений законодательных актов) Российской Федерации”</i>	<i>129</i>
<i>Протокол очного заседания рабочей группы от экспертного и делового сообщества при подкомиссии по совершенствованию контрольно-надзорных и разрешительных функций федеральных органов исполнительной власти при Правительственной комиссии по проведению административной реформы в сфере торговли и защиты прав потребителей</i>	<i>143</i>

Главный редактор — *Т. А. Смирнова*
Корректор — *О. Л. Грозовская*
Художник — *Т. И. Такташов*
Верстка — *Н. А. Кирьянова*
Ответственный за выпуск — *О. Л. Грозовская*

Научное издание

Оптовые продовольственные рынки
и концепция их развития в Российской Федерации:
итоги, проблемы и задачи

Монография

Сертификат соответствия № РОСС RU.AB51.HO5316

Подписано в печать 10.04.2024. Формат 60×90 1/16.
Бумага офсетная № 1. Печ. л. 9,37.
Тираж 400 экз. Заказ №

Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”
129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732.
Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 182-01-58
E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;
office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>



9 785394 059629 >

