

УДК 339.3

*Агеева Т. Ю., доцент,
Сибирский Федеральный Университет, ИЭУиП,
Россия, г. Красноярск
Лукиных В. Ф., д.э.н., профессор,
Красноярский государственный аграрный университет,
директор Сибирского отделения Международного центра
логистики
Россия, г. Красноярск*

ПОДХОД К КЛАССИФИКАЦИИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РЕГИОНАХ

В статье описывается подход к классификации торговых сетей в регионах, и предлагаются признаки классификации.

Ключевые слова: торговая сеть, участники отношений в сфере торговли, признаки классификации торговых сетей.

*Ageyeva T. Y., associate professor,
SFU, School of Economics, Management and Environmental
Studies, Russia, Krasnoyarsk
Lukinykh V. F., professor
doctor of economics, professor, head of Logistics department,
Krasnoyarsk Agrarian State University, International Logistics Centre
Siberian department director, Russia, Krasnoyarsk*

THE APPROACH IN CATEGORIZATION OF TRADING NETWORKS IN REGIONS

In this article the approach in categorization of trading networks in regions is described, and features of trade network categorization are offered.

Key words: trading network, participants of trade, features of trade network categorization

Стратегическая цель социально-экономического развития региона в Российской Федерации формулируется как обеспечение высокого качества жизни населения и привлекательности региона для проживания на базе эффективного развития региональной экономики. В стратегиях социально-экономического развития регионов обычно прописано, что состояние потребительского рынка имеет важнейшее значение для обеспечения качества жизни и комфортности среды обитания, а так же состояние здоровья человека, которое зависит от качества и безопасности распространяемых через торговую инфраструктуру товаров.

При этом в регионах планируется добиваться развития торговой и логистической инфраструктуры, которая будет обеспечивать баланс интересов всех участников отношений в сфере торговли: потребителя, производителя, субъекта торговой деятельности и государства. Согласно государственной стратегии формирование комфортной потребительской среды достигается преимущественно через развитие многоформатной инфраструктуры торговли посредством стимулирования роста любых форм предпринимательской активности [4].

Одной из основных составляющих инфраструктуры торговли в регионах являются торговые сети, который, в свою очередь, подвержены сильному влиянию внешнего организационного окружения, состоящего из всех участников отношений в сфере торговли, а именно, потребителей, производителей, субъектов торговой деятельности, и государства. Кроме того, наличие или отсутствие логистической инфраструктуры, так же будет влиять на торговую сеть и также относится к внешней организационной среде. Задавшись вопросом об источниках конкурентоспособности торговых сетей в регионах Российской Федерации, мы столкнулись с тем, что однозначного восприятия термина торговая сеть в научной и бизнес среде не

просматривается. Законодательно, например, в ГОСТе Р 51303-2013 [2], различают оптовые и розничные торговые сети. Однако поиск информации в сети Интернет формирует образ торговой сети как эквивалент розничной торговой сети. Поисковые машины при обработке запроса «торговая сеть» выдают такой результат в среднем в 34 случаях из 100, при том, что термин «оптовая торговля» определяется в среднем в 1 случае из 100 (табл. 1).

Таблица 1. Результаты обработки запроса в поисковых системах

| Поисковая машина | строк в выборе | Тэги | |
|------------------|----------------|--|----------------------------------|
| | | розничная торговля розничные (ая) сети (ть) Ритейл | оптовые сети оптовая торговля |
| Яндекс | 98 | 39 | 0 |
| Гугл | 100 | 19 | 0 |
| Поиск майл.ру | 98 | 45 | 6 |
| Бинг | 99 | 39 | 0 |
| Нигма | 100 | 26 | 1 |

Однако, в действительности, торговая сеть понятие более широкое. Термин торговой сети определен в нормативно-правовых актах РФ как объект и как субъект торговой деятельности.

Как объект торговая сеть является совокупностью двух и более торговых объектов, которые принадлежат на законном основании хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам, входящим в одну группу лиц в соответствии с Федеральным законом "О защите конкуренции", или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации [1]. На основании определения торгового

объекта можно сделать вывод, что торговая сеть в данном определении рассматривается как имущественный комплекс. Такое понимание торговой сети можно увидеть и исходя из определений сформулированных в ГОСТ Р 51303-2013. В нем говорится, что Предприятие согласно статье 132 ГК РФ признается объектом прав как имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности. Это подтверждает уточнение определения, что различают оптовые и розничные торговые сети и уточняется, что оптовая торговая сеть – это торговая сеть, представленная предприятиями оптовой торговли; розничная торговая сеть – это торговая сеть, представленная предприятиями розничной торговли [2].

В тоже время в Национальном стандарте Российской Федерации [2] в п. 20. дается определение торгового предприятия (предприятия торговли), которое как имущественный комплекс может располагаться как в торговом объекте, так и вне его. Возникает проблема в понимании, совокупностью чего же является торговая сеть: торговых объектов или торговых предприятий. Еще больше ситуацию запутывает ГОСТ Р 51773-2009 [5], который дает такое определение: предприятие торговли – это объект хозяйственной деятельности, осуществляющий с использованием процессов, оборудования и технологий продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг торговли покупателям. Здесь не понятно, как объект может осуществлять продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг торговли покупателям. Только субъект хозяйственной деятельности (предпринимательства) может эту деятельность осуществлять. Отсюда делаем вывод, что торговая сеть может быть рассмотрена как объект прав и как их субъект.

Из вышеизложенного можем сформулировать определение торговой сети как объекта прав: торговая сеть – это два и более торговых предприятия,

которые могут располагаться как в торговом объекте, так и вне торгового объекта.

Как субъект торговая сеть является организацией (торговой организацией). Следовательно, торговая сеть осуществляет с использованием процессов, оборудования и технологий продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг торговли покупателям. ГОСТ Р 51303-2013 дает определение торговой организации: это организация различных организационно-правовых форм, осуществляющая торговую деятельность, включая необходимые средства и работников с распределением ответственности, полномочий и взаимоотношений [2, п. 13]. Согласно стандарту ГОСТ Р ИСО 9000 – 2015 [3]: организация – лицо или группа людей, связанные определенными отношениями, имеющие ответственность, полномочия и выполняющие свои функции для достижения их целей. Таким образом, можно сформулировать определение торговой сети как организации – это группа людей, связанных определенными отношениями, имеющих ответственность, полномочия, и осуществляющие торговую деятельность с использованием процессов, оборудования и технологий, для достижения их целей, оформивших предпринимательскую деятельность как субъекта предпринимательской деятельности. Субъектами предпринимательской коммерческой деятельности согласно ГК РФ могут быть индивидуальные предприниматели и юридические лица.

Нормативно-правовые акты не содержат исчерпывающую классификацию торговых сетей. Единственным бесспорным признаком является вид торговой деятельности. Он упоминается в законе N 381-ФЗ [1], в ОКВЭД 2 [Ошибка! Источник ссылки не найден.], в ГОСТе Р 51303-2013 [2], в ГОСТе Р 51773-2009 [5].

Вторым признаком предлагаем взять вид торгового предприятия. Существующий ГОСТ Р 51773-2009 [5] подразделяет предприятия торговли на классификационные группы в зависимости от различных признаков, в том числе:

- по формам собственности;
- по видам торговли;
- по специализации торговой деятельности;
- по способу организации торговой деятельности;
- по виду торгового объекта;
- по формам торгового обслуживания покупателей;
- по условиям реализации товаров;
- по типам предприятий торговли.

В ГОСТ Р 51303-2013 [2] имеется описание признака «вид торгового предприятия», то-есть - предприятие торговли, классифицированное по ассортименту реализуемых товаров, названо видом торгового предприятия [2]. К видам торговых предприятий относят предприятия с универсальным ассортиментом, со специализированным ассортиментом, с комбинированным ассортиментом, со смешанным ассортиментом. Законодательство предлагает в качестве классификатора принять тип торгового предприятия, но типы торговых предприятий определены в ГОСТе Р 51303-2013 [2] только для розничной торговли как предприятие розничной торговли определенного вида, классифицированное по площади торгового зала, методам продажи и/или формам торгового обслуживания покупателей.

Противоречия в классификации мы встречаем в ГОСТе Р 51773-2009 [5]. Здесь отдельно выделяются признаки «формы торгового обслуживания покупателей» и «типы предприятий торговли», а затем ниже в таблице 2 «Основные характеристики типов предприятий торговли» присутствует

характеристика «Формы торгового обслуживания покупателей». Несмотря на то, что эти национальные стандарты ссылаются друг на друга и должны содержать одинаковые определения понятий, в ГОСТ Р 51773-2009 [5] среди типов (розничных) предприятий имеются предприятия с видом торговли «оптовая» и «мелкооптовая». Документ «Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2015—2016 годы и период до 2020 года» [Ошибка! Источник ссылки не найден.] вводит термин «торговый формат», который никак не определен.

Нам представляется необходимым уточнить вышеуказанные признаки для раскрытия многогранности такого исследуемого объекта, как торговая сеть.

С точки зрения управления товаропотоками в регионах целесообразно разделить классификацию торговых сетей как субъекта (торговую организацию) и как объекта (торговое предприятие и торговый объект) и рассматривать торговую сеть как торговую организацию, на основании чего можно выделить следующие классификационные признаки торговых сетей (табл.2).

Таблица 2. Признаки торговых сетей-организаций

| Характеристика | Классификация торговых сетей |
|--------------------------------------|---|
| Вид торговли (торговой деятельности) | Оптовые, розничные[1] |
| Преобладающий тип покупателей | Оптовые, розничные и оптово-розничные [1] |
| Способ осуществления продажи | По франшизе, прямые продажи, активные, пассивные, напрямую, через агентов, интернет-заказ |

| | |
|---|------------------------------|
| Количество объектов (размер) | Два и более |
| Вид объекта (собственность, стационарность) | Стационарные, нестационарные |

Таблица 2 (продолжение). Признаки торговых сетей-организаций

| | |
|--|--|
| Виды оборудования для выкладки товаров | Самообслуживание, прилавочная торговля |
| Ассортимент товара | Продовольственные товары, непродовольственные товары |
| Способ проведения денежных расчетов | Наличный, безналичный расчет, кредит собственный |

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016): [Электронный ресурс] : федер. закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ ред. // Справочная правовая Консультант плюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/
2. Национальный стандарт российской федерации. Торговля. Термины и определения. Trade. Terms and definitions. ГОСТ Р 51303-2013. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=206238&rnd=238783.297229651#0>
3. Гост р исо 9000-2015. Национальный стандарт российской федерации. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь: [электронный ресурс] : приказ росстандарта от 28.09.2015 n 1390-ст //

справочная правовая система «консультантплюс». – режим доступа:
<http://www.consultant.ru>.

4. Приказ №2733 от 25.12.2014 года «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015—2016 годы и период до 2020 года». – Режим доступа:

http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Prikaz_Minpromtorga_Rossii_ot_25.12.2014_N_2733.pdf, <http://base.garant.ru/70836814/>

5. Национальный стандарт российской федерации. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. Services of trade. Classification of trade enterprises Гост р 51773-2009– Режим доступа:
<http://www.consultant.ru>