

УЧАСТИЕ СИСТЕМЫ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ В РЕГУЛИРОВАНИИ ОТРАСЛИ ТОРГОВЛИ (НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)

PARTICIPATION OF THE SYSTEM OF GOVERNMENTAL AUTHORITIES IN REGULATION OF THE TRADE INDUSTRY (ST. PETERSBURG)

O. Ranshakova

Annotation

The article discusses the legal basis for state regulation of trade in the Russian Federation, the interaction of the system of public authorities in the implementation of state regulation of trade on the example of city St. Petersburg.

Keywords: trade, the state, regulation.

Раншакова Ольга Владимировна
Аспирант Санкт-Петербургского
государственного торгово-экономического
университета

Аннотация

В статье рассматривается законодательная база государственного регулирования торговли в Российской Федерации, взаимодействие системы органов государственной власти при осуществлении государственного регулирования торговли на примере города Санкт-Петербурга.

Ключевые слова:

Торговля, государство, регулирование.

Сфера внутренней торговли является одной из важнейших составляющих экономики нашего государства. При этом она во многом является саморегулируемой сферой. Однако рыночные механизмы регулирования торговли не способны полностью обеспечить соответствие интересов бизнеса и населения. В этой связи возрастает роль государственного регулирования в области торговой деятельности. Одним из основных методов государственного регулирования торговли является правовое регулирование. Торговая деятельность в России регулируется множеством нормативно-правовых актов, начиная с Конституции Российской Федерации, федеральных законов и Указов Президента и заканчивая муниципальными правовыми актами. Отношения в сфере торговли, также регулируются Гражданским, Трудовым, Налоговым кодексами Российской Федерации.

В первую очередь, отметим Конституцию Российской Федерации, содержащую положения о едином экономическом пространстве на территории нашей страны, свободном перемещении товаров, услуг и финансовых средств, поддержке конкуренции, свободной экономической деятельности, равной защите частной, государственной и иных форм собственности. Названные положения непосредственно регулируют торгово-предпринимательскую деятельность и служат правовой основой

торгового законодательства.

Особое место в регулировании торгового предпринимательства занимает Гражданский кодекс РФ, который в настоящее время включает в себя важнейшие положения торгового права.

Отдельно хотелось бы упомянуть Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации", в котором определяются основы государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [4]. Также в данном законе дается определение таких важных понятий, как в частности, торговая деятельность, оптовая торговля, розничная торговля, торговый объект, стационарный торговый объект, нестационарный торговый объект, площадь торгового объекта, торговая сеть и продовольственные товары.

Согласно статье 3 рассматриваемого ФЗ правовое регулирование отношений в области торговой деятельности осуществляется в России на основании ряда нормативных актов, к которым относится:

- ◆ Гражданский кодекс Российской Федерации;
- ◆ настоящий Федеральный закон;
- ◆ Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 года N 2300-1 "О защите прав потребителей";

- ◆ другие федеральные законы и принимаемые в соответствии с ними иные нормативные правовые акты Российской Федерации, законы субъектов Российской Федерации;

- ◆ иные нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации;

- ◆ Федеральный закон от 30 декабря 2006 года N 271-ФЗ "О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации", регулирующий отношения, связанные с организацией розничных рынков, организацией и осуществлением деятельности по продаже товаров на розничных рынках

- ◆ муниципальные правовые акты, издаваемые органами местного самоуправления по вопросам, связанным с созданием условий для обеспечения жителей муниципального образования услугами торговли, в случаях и в пределах, которые предусмотрены настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами, указами Президента Российской Федерации, постановлениями Правительства Российской Федерации, законами субъектов Российской Федерации.

В статье 6 данного закона, устанавливаются полномочия органов государственной власти субъектов Российской Федерации. В частности отмечается, что они занимаются реализацией государственной политики в области торговой деятельности на территории соответствующего субъекта Российской Федерации, а также разработкой и принятием законов субъектов Российской Федерации и иных нормативных правовых актов субъектов Российской Федерации в области государственного регулирования торговой деятельности.

В данной статье, также говорится, о том, что органы государственной власти субъектов РФ проводят информационно-аналитическое наблюдение за состоянием рынка определенного товара и осуществлением торговой деятельности на территории соответствующего субъекта Российской Федерации. Разрабатывают и реализуют мероприятия, содействующие развитию торговой деятельности на территории соответствующего субъекта Российской Федерации [4].

31 марта 2011 года приказом Министерства промышленности и торговли России за номером № 422 была утверждена "Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011 – 2015 годы и период до 2020 года" (далее Стратегия). Она органично продолжает то направление движения, которое получила торговая отрасль с принятием нового Закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" и является составной частью "Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года".

Значение Стратегии трудно переоценить. Как и любая

другая стратегия, Стратегия развития торговли является комплексным планом управления на длительный период времени. Её назначение состоит в решении актуальных проблем в сфере торговли, окажет положительное влияние на экономику страны в целом.

Нельзя не отметить важность Стратегии в объединении усилий властных структур, общества и бизнеса во взаимодополняющую модель развития, что помогает уменьшить затраты и повысить эффективность в реализации целей Стратегии. Каждая из сторон в этом случае получает определенные преимущества, так за счет определенности приоритетов обеспечивается устойчивость политического курса, представители бизнеса, опираясь на предсказуемость развития отрасли, могут выстраивать долгосрочные планы, а работники отрасли могут быть уверены в росте своего благосостояния, что повысит мотивацию к труду.

Стратегия также выступает как действенный инструмент контроля торговой отрасли со стороны власти и общества.

Осуществление Стратегии развития торговли будет способствовать повышению конкурентоспособности нашего государства, повышению доверия к политике властных структур, выстраиванию и укреплению долгосрочных торговых отношений с Российской Федерацией.

В Стратегии определяются ключевые направления государственной политики в области торговли на ближайшие годы. Основной целью Стратегии является "максимальное полное удовлетворение потребностей населения в услугах торговли (физическая доступность, ценовая доступность товаров, высокое качество товаров и услуг) путем создания эффективной товаропроводящей инфраструктуры (широкий географический охват, большая пропускная способность, низкие удельные издержки), соответствующей требованиям инновационного сценария развития экономики Российской Федерации" [9].

При этом можно отметить ряд недостатков данного документа, а именно:

- ◆ недифференцированность территориального подхода при определении целевых показателей обеспеченности населения объектами розничной торговли и торговыми площадями. Единые целевые показатели задаются без учета специфики территорий;

- ◆ не прописаны механизмы развития торговли в малых и отдаленных населенных пунктах;

- ◆ акцент сделан на современные торговые форматы, причем на развитие сетевой торговли;

- ◆ отсутствует дифференцированный подход к определению ожидаемых результатов и установлению типов торговых площадей, в которых нуждается отечественный рынок [3].

Следующим важным документом можно назвать Закон Санкт–Петербурга "О государственном регулировании торговой деятельности в Санкт–Петербурге и о внесении изменений в статью 10 Закона Санкт–Петербурга "Об организации местного самоуправления в Санкт–Петербурге", принятый Законодательным Собранием Санкт–Петербурга 27 октября 2010 года. Данный законодательный акт регулирует отношения в области торговой деятельности в Санкт–Петербурге, а также устанавливает разграничение полномочий Законодательного Собрания Санкт–Петербурга и Правительства Санкт–Петербурга в области государственного регулирования торговой деятельности в Санкт–Петербурге. Кроме того в законе приводятся меры по осуществлению государственной поддержки торговли, в частности отмечается, что поддержка хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в сфере торговли может быть финансовой, информационной и консультационной.

Поддержка в этих формах осуществляется на основании государственных программ развития торговли.

Кроме того данным законом устанавливаются порядок разработки программ развития торговли [5].

Нельзя также не упомянуть, закон г. Санкт–Петербурга от 10.05.2011 N 223–55 "О порядке организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарках на территории Санкт–Петербурга", на основании которого регулируются порядок организации продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарках на территории Санкт–Петербурга и требования к организации продажи товаров на ярмарках на территории Санкт–Петербурга [8].

Можно, также отметить Закон Санкт–Петербурга от 10 февраля 2014 года №50–5 "Об обороте алкогольной и спиртосодержащей продукции в Санкт–Петербурге" в котором устанавливается порядок выдачи лицензий на продажу алкогольной продукции и лицензионного контроля, устанавливается порядок мест массового скопления граждан. Эти полномочия законом возложены на Правительство Петербурга. Также в законе приводится список ограничений розничной продажи алкогольной продукции в Петербурге [6].

Для стимулирования торговой отрасли в нашем городе было принято Постановление Правительства Санкт–Петербурга от 08.08.2012 N 803 "Об учреждении премии Правительства Санкт–Петербурга "Лучший по профессии в сфере торговли и услуг Санкт–Петербурга".

Опираясь на упомянутые ранее нормативно–правовые документы можно выделить органы государственной власти Санкт–Петербурга, занимающиеся вопросами регулирования отрасли торговли и их полномочия.

В соответствии с уже упомянутым ранее Законом Санкт–Петербурга "О государственном регулировании торговой деятельности в Санкт–Петербурге" полномочиями Законодательного Собрания относятся:

1. принятие законов Санкт–Петербурга в области государственного регулирования торговой деятельности в Санкт–Петербурге, в том числе установление порядка разработки региональных программ развития торговли, установление порядка организации ярмарок в Санкт–Петербурге и порядка продажи товаров на них, установление по представлению Губернатора Санкт–Петербурга нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов для Санкт–Петербурга;
2. контроль за исполнением законов Санкт–Петербурга в области государственного регулирования торговой деятельности в Санкт–Петербурге;
3. иные полномочия, предусмотренные федеральным законодательством и законодательством Санкт–Петербурга в области государственного регулирования торговой деятельности.

Полномочия Правительства Петербурга в сфере государственного регулирования торговли в нашем городе состоят в:

1. реализации государственной политики в области торговой деятельности на территории Санкт–Петербурга;
2. разработке нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов для Санкт–Петербурга;
3. проведении информационно–аналитического наблюдения за состоянием рынка определенного товара и осуществлением торговой деятельности на территории Санкт–Петербурга;
4. разработке и реализации мероприятий, содействующих развитию торговой деятельности на территории Санкт–Петербурга;
5. создании условий для обеспечения жителей Санкт–Петербурга услугами торговли;
6. определении порядка и условий осуществления торговой деятельности государственными предприятиями, учреждениями торговли, находящимися в ведении исполнительных органов государственной власти Санкт–Петербурга
7. установлении порядка разработки и утверждения схем размещения нестационарных торговых объектов;
8. разработке и утверждении схем размещения нестационарных торговых объектов;

9. организации ярмарок и продажи товаров на них;

10. формировании и ведении торгового реестра;

11. иные полномочия, предусмотренные законодательством Российской Федерации и законодательством Санкт-Петербурга в области государственного регулирования торговой деятельности [5].

На Правительство Санкт-Петербурга также возложены обязанности по разработке, утверждению и реализации региональных программ развития торговли.

Не так давно специализированным государственным органом, отвечающим за торговлю в Петербурге, являлся Комитет экономического развития, промышленной политики и торговли. Однако, с 1 января 2013 года, согласно Постановлению Губернатора Санкт-Петербурга от 31.05.2012 N 36-пг, вместо него были образованы три новых комитета, со своими задачами, руководством и штатом.

Полномочия упраздненного комитета разделят комитеты: по развитию предпринимательства, по промышленной политике и инновациям и по экономической политике и стратегическому планированию.

Наибольший интерес для нас из них представляет Комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга (далее – Комитет). Его председателем на сегодняшний день является Качаев Эльгиз Идрисович. Данный Комитет является органом исполнительной власти Петербурга и образован для разработки и реализации государственной политики Санкт-Петербурга, координации деятельности исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга в сфере развития предпринимательской деятельности, в том числе среднего и малого бизнеса, потребительского рынка (оптовая и розничная торговля, общественное питание, бытовое обслуживание, похоронное дело и погребение в Санкт-Петербурге), а также проведения государственной политики Санкт-Петербурга в сфере лицензирования отдельных видов деятельности.

В соответствии с Постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 27 сентября 2012 г. N 1040 "О Комитете по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга" в Комитете могут создаваться управления, отделы, секторы, отделы и секторы в управлениях, а также секторы в отделах. В состав Комитета, в числе прочих входит Управление развития потребительского рынка, в составе которого находится Отдел торговли и общественного питания, которые и занимаются вопросами регулирования торговли в пределах своих полномочий.

На уровне Администрации районов города созданы Отделы потребительского ранка, которые занимаются решение следующих задач:

- ◆ обеспечивают взаимодействие исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга с органами местного самоуправления муниципальных образований и предприятиями потребительского рынка, находящимися на территории района;

- ◆ прогнозируют и планируют экономическое развитие района, разрабатывают и обеспечивают реализацию планов и программ развития в сфере потребительского рынка;

- ◆ содействуют развитию потребительского рынка, предпринимательской деятельности и конкуренции, малого и среднего бизнеса, созданию дополнительных рабочих мест на территории района.

В данных отделах предприниматели могут получить консультации по вопросам организации магазинов пешеходной доступности, заведений общественного питания, а также консультации по вопросам организации объектов мелкорозничной торговли.

Также невозможно обойти вниманием регулирование торговли на уровне муниципального образования. Для начала хотелось бы отметить, что Статья 64 Устава Санкт-Петербурга [11] разъясняет вопросы взаимодействия органов государственной власти Петербурга и органов местного самоуправления. В ней устанавливается, что органы самоуправления не входят в систему органов государственной власти Санкт-Петербурга. Однако Законом Санкт-Петербурга органы местного самоуправления могут наделяться отдельными полномочиями органов государственной власти Санкт-Петербурга в соответствии с действующим законодательством с одновременной передачей материальных и финансовых средств.

В соответствии с Законом Санкт-Петербурга от 23 сентября 2009 года N 420-79 "Об организации местного самоуправления в Санкт-Петербурге" муниципальные образования решают следующие вопросы в области регулирования торговли:

- ◆ представляют в уполномоченный Правительством Санкт-Петербурга исполнительный орган государственной власти Санкт-Петербурга предложения по схемам размещения нестационарных торговых объектов

- ◆ определяют границы прилегающих территорий, на которых не допускается розничная продажа алкогольной продукции, в соответствии с порядком, установленном Правительством РФ [7].

Существующая система государственного регулирования торговли в Санкт-Петербурге является вполне логичной и обоснованной, однако существует ряд проблем

требующих урегулирования.

Так в частности, предприниматели, занятые в сфере потребительского рынка, отмечают, что сложности ввода в действие новых хозяйственных субъектов на рынок розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами обусловлены как экономическими, так и административными барьерами. К экономическим относятся отсутствие свободных от арендных отношений и привлекательных с точки зрения проходимости объектов недвижимости. Административные ограничения заключаются в затягивании процедуры получения прав на аренду нежилых помещений [2].

Участники конференции "Состояние и перспективы развития сферы торговли в Санкт-Петербурге", выделили следующие актуальные вопросы и проблемы, с которыми сталкиваются организации данной сферы, среди них:

- ◆ недостаток мест реализации товаров;
- ◆ высокий уровень несправедливой конкуренции, в основном с сетевыми структурами;
- ◆ нехватка квалифицированных кадров в сфере торговли;
- ◆ административные барьеры и коррупция;
- ◆ особенности реализации отдельных групп товаров;
- ◆ правовой вакуум в организации ярмарочной деятельности;
- ◆ засилье и рост несанкционированной торговли во временных объектах [12].

Все перечисленные проблемы, для своего решения, требуют участия органов государственной власти, заключающегося в совершенствовании существующих законодательных актов, а также в разработке новых [15].

В условиях сложной современной ситуации в экономике нашей страны в целом и в отрасли торговли, в частности, сложившейся в 2014 году в связи с ответными санкциями на санкции ряда стран Европейского союза, США и их партнеров возрастает потребление товаров отечественного производства. В связи с этим возрастает роль ярмарочной торговли и торговли на рынках, поскольку они позволяют решить ключевую для мелких и средних российских сельхозпроизводителей проблему обеспечения доступа к конечным потребителям. Именно отсутствие доступа к конечному покупателю препятствует развитию российских мелких и средних хозяйств [16] и ухудшает положение с продовольственной безопасностью страны [17], а также приводит к увеличению зависимости России от импортных поставок продуктов питания и лишает население нашей страны возможности приобретать качественные продукты российского производства [16]. Поэтому хотелось бы остановиться на пробле-

мах развития данных форматов торговли более подробно.

Улучшение территориальной доступности рынков превратит их в место привлекательное, с одной стороны, для совершения покупок для большего числа населения, а с другой – возможность продажи для большего числа поставщиков сельскохозяйственной продукции. Город получит снижение ценового уровня на продовольственные товары на рынках.

При этом достаточно болезненной проблемой остается вопрос о региональных уровнях и гибкой системе формирования и изменения арендной платы за торговые места на рынках, также негативно влияет на эффективность их функционирования.

Есть и еще целый ряд факторов, негативно влияющих на развитие рыночной среды в стране в целом, в равной мере касающихся Санкт-Петербурга, которые в первую очередь связаны с действующим законодательством (например, вопросы найма и использования мигрантов, возможности совершения торгово-закупочных операций управляющими компаниями рынков и т.д.) [1].

Сразу можно отметить, что Правительство РФ оперативно уделило внимание этой проблеме. На заседании 2 октября 2014 года Министр промышленности и торговли России Денис Мантуров представил проект "Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2014 – 2016 годы и период до 2020 года" (далее Стратегия) [10].

Если в предыдущем документе главной целью, было развитие сетевых магазинов, то теперь Кабинет министров решил поддерживать форматы, которые ранее считались устаревшими, – розничные рынки и мобильную торговлю (отметим, что о необходимости развития этих форматов в интересах поддержки мелких и средних сельхозпроизводителей ранее уже говорилось [17]). Новая стратегия получила одобрение премьер-министра Дмитрия Медведева. Задачу по развитию сетевых магазинов Кабинет министров выполнил – теперь они присутствуют во всех регионах страны и даже стали мешать развитию торговли в РФ в целом [13].

В проекте Стратегии особое внимание уделяется: развитию многоформатной торговли и созданию условий для развития конкуренции в отрасли; обеспечению прозрачных и недискриминационных условий поставок продукции в торговые сети; разработке системы комплексной оценки эффективности торговой политики, реализуемой в субъектах Российской Федерации; развитию института саморегулирования в сфере торговли; развитию мобильной, нестационарной, ярмарочной, рыночной торговли и обеспечению долгосрочности и стабильности реализации предпринимателями прав на размещение торговых

объектов; увеличению уровня обеспеченности населения торговыми площадями, дифференцированными по различным форматам торговли.

Кроме того, Минпромторг готов рассмотреть возможность вернуть владельцам ларьков право торговать алкоголем [14]. Существуют разные точки зрения насчет эффективности данной инициативы. С одной стороны, разрешение продажи алкоголя в киосках вряд ли сможет привести к резкому восстановлению данного бизнеса.

Но, возможно оно окажет серьезную поддержку тем, кто смог выжить в этих непростых условиях. С другой стороны, возвращение алкоголя в ларьки может привести к росту алкоголизма, а совсем не к поддержке малого бизнеса. И в этом случае гораздо более обоснованной и эффективной мерой поддержки будет разработка региональных программ поддержки, включающих предоставление предпринимателям льготных ставок аренды площадей, налоговых преференций, а также льготного кредитования стартапов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Егоров В. Ф., Егорова Н. М. Состояние и перспективы организации торговли на сельскохозяйственных рынках Санкт-Петербурга // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и Право. – 2013. – № 12. – С. 26–30.
2. Крутякова А. С., Гловова А. В. Проблемы развития торговли Санкт-Петербурга // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и Право. – 2013. – № 12. – С. 21–25.
3. Шкляревская О. В. Модернизация региональной розничной торговли России // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и Право. – 2013. – № 12. – С. 17–20.
4. Федеральный закон от 28.12.2009 г. №381–ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" Текст по состоянию на декабрь 2014 г. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.referent.ru/1/205931>
5. Закон Санкт-Петербурга от 16 ноября 2010 г. N 582–139 "О государственном регулировании торговой деятельности в Санкт-Петербурге и о внесении изменений в статью 10 Закона Санкт-Петербурга "Об организации местного самоуправления в Санкт-Петербурге" Текст по состоянию на декабрь 2014 г. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/891818221>
6. Закон Санкт-Петербурга от 10 февраля 2014 года №50–5 "Об обороте алкогольной и спиртосодержащей продукции в Санкт-Петербурге" Текст по состоянию на декабрь 2014 г. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/537948427>
7. Закон Санкт-Петербурга от 23.09.2009 N 420–79 "Об организации местного самоуправления в Санкт-Петербурге" Текст по состоянию на декабрь 2014 г. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/891818221>
8. Закон Санкт-Петербурга от 10.05.2011 N 223–55 "О порядке организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарках на территории Санкт-Петербурга" Текст по состоянию на декабрь 2014 г. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/891850348>
9. Приказ Минпромторга РФ от 31.03.2011 N 422 "Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011 – 2015 годы и период до 2020 года" Текст по состоянию на декабрь 2014 г. [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_112881
10. Приказ Минпромторга России от 25.12.2014 N 2733 "Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015 – 2016 годы и период до 2020 года" Текст по состоянию на январь 2015 г. [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173113/#p12
11. "Устав Санкт-Петербурга" принят Законодательным Собранием Санкт-Петербурга 14 января 1998 года Текст по состоянию на декабрь 2014 г. [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://constitution.garant.ru/region/ustav_spb/
12. Конференция "Состояние и перспективы развития сферы торговли в Санкт-Петербурге" [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://смп-спб.рф/2013/08/>
13. Скопинцева Е. Правительство изменит вектор развития торговли [Электронный ресурс] / Е. Скопинцева // Экономика и жизнь. – 2014. – № 44. – Режим доступа: <http://www.eg-online.ru/article/259947/>
14. Трутнев О., Дуленкова А. Малой торговле – крепкую поддержку [Электронный ресурс] / О. Трутнев, А. Дуленкова // "Коммерсантъ". – 2014. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2580933>
15. Капустина И. В. Методическое обеспечение разработки региональных программ развития торговли // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2013. – № 12. – С. 12–16.
16. Котляров И. Д. Сельский маркетинг: нетрадиционные модели сбыта продуктов питания // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2012. – № 6. – С. 484–491.
17. Соловьева Т. Н., Жилияков Д. И. Современные тенденции продовольственной безопасности Российской Федерации // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2012. – № 9. – С. 5–7.