Чеглов, В.П., Чеглов, А.В. (2016). О регулировании региональной экспансии интегрированных торговых систем. *Торгово-экономический журнал, 3*(2), 131–146. doi: 10.18334/tezh.3.2.35604

Язык публикации: **русский**

Russian Journal of Retail Management, 2016, Volume 3, Issue 2

On Regulation of Regional Expansion of Integrated Trading Systems

Vyacheslav Cheglov[1]✉, **Aleksandr Cheglov**

[1] *Moscow University for Industry and Finance "Synergy", Moscow, Russian Federation*

ABSTRACT

The article reviews the issue of expansion of typical trading objects of large integrated federal and interregional trading systems along the country's territory and displacement of small businesses by them.

Relevant mechanisms for regulation of dislocation of new trading object in municipal formations, influence of local businesspeople and the population on resolutions for trading infrastructural development taken by the authorities are studied. Suggestions to improve tools for regulation of the large business regional expansion are formed.

KEYWORDS

expansion, trade networks, trading companies, enterprise, allocation agreement procedure, trading object

CITATION

Cheglov, V. P., Cheglov, A.V. (2016). On Regulation of Regional Expansion of Integrated Trading Systems. *Russian Journal of Retail Management, 3*(2), 131–146. doi: 10.18334/tezh.3.2.35604

JEL: K20, L14, L21, L81
Original Research
Language: Russian
Received: 18 May 2016, Published: 30 Jun 2016

© Cheglov V. P., Cheglov A.V. / Publication: Creative Economy Publishers

This work is licensed under a Creative Commons BY-NC-ND 3.0

✉ For correspondence: balticsea@list.ru

► based on consolidation of the trading and financial capital, high-tech multi-format trading systems are formed that actively promote new trading formats and technologies in Russian regions

► the urban-planning legislation plays its role in resolutions of issues about allocation of trading objects as objects of a non-stationary trade network, at confirmation of the allocation scheme for such objects as well as stationary trading objects

► the rent of premises in shopping malls is the simple way for territorial development of trading systems that requires only the presence of commercial agreement with the owner

► regulation of distribution of the settlement lands is made on the basis of the territorial planning documents including maps of functional areas

► types of the permitted land plot use shall be determined according to the classifier of the permitted land plot usage

► the legal regulation of the issues of trade infrastructural allocation belongs to the joint jurisdiction of the RF, RF subjects and local government authorities

► allocation of the network trading objects of the regional and higher level shall be regulated by the municipal authorities with obligatory consideration of the local residents and businesspeople's opinion

О регулировании региональной экспансии интегрированных торговых систем

Вячеслав Чеглов[1]✉, Александр Чеглов
[1] Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Россия

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается проблема распространения по территории страны типовых торговых объектов крупных интегрированных торговых систем федерального и межрегионального значения и вытеснения ими предприятий малого бизнеса.

Исследуются действующие механизмы регулирования дислокации новых торговых объектов в муниципальных образованиях, влияния местных предпринимателей и населения на принимаемые органами власти решения по развитию торговой инфраструктуры. Сформулированы предложения по совершенствованию инструментов регулирования региональной экспансии крупного бизнеса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

экспансия, торговые сети, предприятия торговли, регулирование, процедура согласования размещения, торговый объект

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Чеглов, В.П., Чеглов, А.В. (2016). О регулировании региональной экспансии интегрированных торговых систем. *Торгово-экономический журнал, 3*(2), 131–146. doi: 10.18334/tezh.3.2.35604

JEL: K20, L14, L21, L81
Язык публикации: русский

© Чеглов В.П., Чеглов А.В. / Публикация: Издательство «Креативная экономика»

Статья распространяется по лицензии Creative Commons BY-NC-ND 3.0

✉ Для связи: balticsea@list.ru

► на основе консолидации торгового и финансового капитала формируются высокотехнологичные мультиформатные торговые системы, активно продвигающие новые торговые форматы и технологии в регионы России

► градостроительное законодательство играет свою роль в решении вопросов о размещении торговых объектов как объектов нестационарной торговой сети, при утверждении схемы размещения таких объектов, так и стационарных торговых объектов

► аренда площадей в торговых центрах – простой путь территориального развития торговых систем, требующий только наличие коммерческой договоренности с арендодателем

► регулирование распределения земель населенных пунктов производится на основании документов территориального планирования, включающих карты функциональных зон

► виды разрешенного использования земельных участков должны устанавливаться в соответствии с классификатором видов разрешенного использования земельных участков

► нормативное регулирование вопросов размещения торговой инфраструктуры относится к совместному ведению РФ, субъектов РФ и органов местного самоуправления

► размещение сетевых торговых объектов регионального уровня и выше должно регулироваться муниципальными органами власти с обязательным учетом мнения жителей и местных предпринимателей

Об авторах:

Чеглов Вячеслав Петрович, кандидат экономических наук, профессор, Московский финансово-промышленный университет «Синергия» (balticsea@list.ru)

Чеглов Александр Вячеславович, юрист

Интеграция торговли в России в последние годы приняла, наверное, необратимые последствия. На основе консолидации торгового и финансового капитала формируются высокотехнологичные мультиформатные торговые системы, активно продвигающие новые торговые форматы и технологии в регионы России. Сегодня по самым скромным подсчетам Росстата торговые сети занимают практически четверть потребительского рынка *(Чеглов, 2013a)*. Целый ряд торговых сетей (X5 RetailGroup, «Магнит», «Дикси», «М.Видео» и др.) охватывает большую часть регионов страны, приобретая межрегиональное и федеральное значение. Вместе с ними внутрь России продвигаются и транснациональные торговые системы, такие, как Auchan, Metro, Inditex и др. *(Чеглов, 2013b)*.

Продвижение торговых сетей в регионы осуществляется с использованием механизма экспансии подобия *(Чеглов, 2011)*. На рынке реализуются типовые концептуальные решения магазинов, создается единообразие форм и методов торговли. Сплошь и рядом появляются узнаваемые торговые объекты с определенным набором технико-экономических характеристик и технологий. Потребитель теряет возможность широкого выбора места покупки товаров, а малый бизнес не выдерживает конкуренции с интегрированными торговыми системами.

Целесообразность и востребованность регулирования торговой сферы в условиях глобализации экономики хорошо обосновано И.Б. Стукаловой еще в 2001 г. *(Стукалова, 2001; С. 41-53)*. В данной статье мы рассмотрим некоторые аспекты отечественного опыта регулирования экспансии интегрированных торговых систем и защиты отраслевого малого бизнеса[1].

В России вопросы размещения торговой инфраструктуры регулируются как общим (антимонопольным, градостроительным), так и специализированным (о торговой деятельности) законодательством[2]. Разрешение вопросов о размещении торгового объекта происходит как на федеральном, так и на региональном и местном уровне. При этом,

[1] Более подробно см.: *Чернухина, Чеглов, 2013;* Чеглов, В.П. (2016). *Экономика и управление интегрированной торговой организацией: Курс лекций*. М.: Проспект.

[2] *Закон о торговле: Правовой комментарий* (2010). М.: Альпина Паблишер.

применение норм законодательства о защите конкуренции и законодательства о торговой деятельности относится к федеральному уровню регулирования, а вопросы, связанные с применением градостроительного законодательства – на региональном и местном уровне.

Так, законодательством о торговой деятельности устанавливается предел проникновения торговых сетей в 25 % от рынка продовольственных товаров субъекта РФ, включая города федерального значения, муниципального района, городского округа[3]. Законом о защите конкуренции устанавливаются ограничения, действующие в отношении компаний, обладающих доминирующим положением на товарном рынке (как правило, если доля компании на рынке составляет более 35 %). При получении доминирующего положения[4] на деятельность хозяйствующего субъекта распространяются ограничения, предусмотренные Законом о защите конкуренции (например, в ст. 10, ст. 27, 28 и ст. 34 (в части получения предварительного согласия антимонопольного органа).

Градостроительное законодательство также играет свою роль в решении вопросов о размещении торговых объектов. Как объектов нестационарной торговой сети, при утверждении схемы размещения таких объектов, так и стационарных торговых объектов. В данном случае на итоговое размещение конкретного объекта торговли оказывает влияние множество факторов, главными из которых являются текущее назначение уже существующих земельных участков и капитальных объектов, а также решения органов власти как в области градостроительного планирования и зонирования, так и решения о предоставлении конкретных земельных участков под размещение торговых объектов. Как правило, указанные решения принимаются на уровне местного самоуправления, однако, в городах федерального значения большую часть функций выполняют органы исполнительной власти уровня субъекта РФ.

[3] Ст. 14 «Ограничение приобретения, аренды хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, дополнительной площади торговых объектов» // Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

[4] Ст. 5 «Доминирующее положение» // Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

В настоящее время в России активно обсуждается вопрос о целесообразности ограничения распространения торговых сетей, ужесточения государственного контроля за их проникновением на региональные и местные рынки, установлении процедуры выдачи специальных разрешений на открытие сетями новых объектов *(Радаев, 2011; Рузакова, Рузаков, 2013)*. Целью государственного контроля должна стать поддержка малого бизнеса, испытывающего трудности в связи с массовым и, фактически, неконтролируемым распространением торговых сетей, поддержание здоровой конкуренции и обеспечение муниципальных образований торговыми площадями. Подобный опыт имеется в большинстве европейских стран и в США и практикуется с начала 1970-х гг. Критерием выступает размер открываемых магазинов, реже – результаты экспертной оценки социальной значимости *(Котельникова, 2011)*. При общем тренде на снижение уровня принятия решения и последовательное ужесточение норм, прослеживается некоторая дифференциация в подходах, и видно, что в России отсутствует механизм выдачи специальных разрешений на размещение стационарных торговых объектов *(таблица)*.

Рассмотрим, какими способами может идти территориальная экспансия интегрированных торговых систем в России *(рисунок)*, в каких случаях и как учитываются интересы населения и местных предпринимателей.



Рисунок. Способы экспансии интегрированных торговых систем

Таблица

Сравнительная характеристика административного регулирования размещения торговых объектов на рынках развитых стран мира и РФ

	США	*Франция*	*Германия*	*Италия*	*Россия*
Уровень регулирования	Штат / Муниципальный	Федеральный / Муниципальный	Федеральный / Муниципальный	Региональный	Все уровни
Уровень внедрения	Муниципальный	Муниципальный	Муниципальный	Муниципальный	Региональный / Муниципальный
Принятие решения осуществляют	Местные советы по территориальному зонированию и размещению	Выборные местные чиновники	Муниципальная администрация	Городской совет	Муниципальная администрация, администрация городов федерального значения
					Федеральная антимонопольная служба
Сфера применения ограничений	Различается от штата к штату	Площадь объекта С 1973 г. – 1500/1000. С 1996 г. – свыше 300 кв. м. – лицензируется. Свыше 6000 кв. м. – действует Закон Раффарена.	Площадь объекта С 1977 г. – от 1200 кв. м. С 1998 г. – от 800 кв. м. Сегодня – упрощенная система до 700 кв. м., свыше 1200 – доказательная.	С 1971 г. – 1500/400. С 1998 – до 150 кв. м. (250 в городах свыше 10 тыс. человек) – без получения разрешения. От 150 до 1500 кв. м. – разрешение дает город, свыше 1500 – регион.	Размещение нестационарных объектов. Ограничение проникновения продовольственных сетей свыше 25 % от рынка. Требования антимонопольного законодательства.
Форма снятия ограничения	разрешение	лицензия	разрешение	разрешение	разрешение
Ключевые критерии	Различны для каждого штата, могут включать ассортимент, влияние объекта на окружающую среду, уровень занятости населения	Рабочие места и влияние на окружающую среду	Объект не будет негативно влиять на развитие инфраструктуры города	Усмотрение разрешающего органа	Соответствие территориальной схеме размещения нестационарных объектов / законодательству о градостроительной деятельности
			Обеспеченность города данным видом торговли		Соответствие антимонопольному законодательству

Источник: составлено В.П. Чегловым

Покупка или аренда имеющихся нежилых помещений и открытие в них магазинов[5] не требует от покупателя получения разрешения органов власти в случае, если указанные помещения имеют надлежащий для соответствующей длительности основной вид разрешенного использования, установленный градостроительной документацией, либо в случае, если такое помещение до его покупки использовалось в аналогичных целях. Собственник в этом случае сам выбирает формат торговли и согласовывает свои действия исключительно с органами санитарного и пожарного контроля. Арендатор действует на основании договора с собственником помещения. Сложности возможны только при необходимости реконструкции занимаемых нежилых помещений. В этом случае обязательно согласование проекта реконструкции с органами архитектурного надзора. Процедура может включать проведение публичных слушаний, например, при изменении параметров здания[6], и одобрение градостроительного плана земельного участка под реконструкцию[7]. Именно поэтому торговые системы предпочитают встраивать свои концепты в существующие условия. Но как таковые, публичные слушания, которые могут быть проведены в данном случае не могут стать препятствием для открытия торгового объекта, хоть и могут несколько усложнить и затянуть процедуру введения нового объекта в эксплуатацию.

Аренда площадей в торговых центрах – еще более простой путь территориального развития торговых систем, требующий только наличия коммерческой договоренности с арендодателем. Согласование проводится на уровне ТЦ, вопросы расширения определяются лишь возможностями ТЦ/сети. И здесь только владелец ТЦ может поставить барьер территориальному проникновению торговой сети.

Намного более сложно торговой системе построить новый объект по своему проекту на приобретенном в собственность или полученном в аренду участке земли. Самый легкий вариант в этом случае – покупка земельного участка у частного владельца под профильный торговый объект. Здесь мы также наблюдаем отсутствие государственного регулирования и учета мнения обслуживаемого торговым объектом

[5] П. 8 ст. 36 «Градостроительный регламент», п. 4. ст. 37 «Виды разрешенного использования земельных участков и объектов капитального строительства» // «Градостроительный кодекс Российской Федерации» от 29.12.2004 № 190-ФЗ.

[6] П. 3 ч. 3 ст. 28 «Публичные слушания» // Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

[7] П. 3 постановления Правительства Москвы от 16.11.2010 № 1019-ПП «О создании Градостроительно-земельной комиссии города Москвы».

населения по поводу его специализации или формата, как и по поводу самого факта его размещения.

Более сложный вариант – приобретение земельного участка под строительство торгового объекта или получение его в аренду у государства. Именно в этом случае мы сталкиваемся с рычагами косвенного регулирования распространения торговых систем. Приобретение участка земли под строительство торгового предприятия сегодня возможно в России тремя путями:

– на торгах, когда участок получает участник, предложивший большую сумму;

– на аукционе, когда разыгрывается заключение договора на комплексное развитие территории. Этот путь возможен в основном для девелоперов и формирует предложение готовой торговой недвижимости;

– без аукциона, если приобретатель (арендатор) включен в государственную (региональную) программу социально-экономического развития территории.

Решение вопроса о предоставлении участка и его характеристиках принимается зависимости от принадлежности земельного участка федеральными, региональными или местными властями. Во многих случаях, такое решение может приниматься уполномоченным органом даже без проведения публичных слушаний. Так, например, в Москве решением Градостроительно-земельной комиссии было согласовано размещение гипермаркета площадью 133 тыс. м^2 на незастроенном земельном участке в границах коммунальной зоны «Чечера». Возведение такого объекта может затронуть интересы предпринимателей и жителей прилегающих районов, но, поскольку земельный участок не застроен и входит в границы коммунальной зоны, для его застройки не требуется проведение публичных слушаний.

Теперь рассмотрим существующие инструменты регулирования.

Как правило, торговые объекты размещаются на землях населенных пунктов и землях спецназначения[8]. Регулирование распределения земель населенных пунктов производится на основании документов территориального планирования, включающих карты функциональных зон. Каждая функциональная зона имеет собственное назначение, свои параметры от которых зависит установление вида разрешенного использования земельных участков и находящихся на них сооружений, предельных размеров разрешенного строительства

[8] На основании данных публичной кадастровой карты.

и реконструкции объектов капитального строительства, ограничения использования земельных участков и расположенных на них объектов.

Среди документов территориального планирования наибольшую роль играют генеральные планы поселений и городских округов, в соответствии с которыми должны приниматься правила землепользования и застройки, устанавливаться территориальные зоны, документы по планировке территории и т. д. Разработка генеральных планов и процедура их утверждения предполагает процедуру проведения публичных слушаний, подготовку заключений по их итогам и учет мнения населения[9]. Аналогичный порядок предусмотрен и для проектов изменений Генерального плана города Москвы – публичные слушания проводятся в муниципальных образованиях, на которые распространяются планируемые изменения.

Проект генерального плана не содержит конкретных сведений о специализации и размерах будущих торговых предприятий, и уж тем более их принадлежности к той или иной торговой системе. Одновременно, учет мнения населения не означает, что решение, выносимое органом власти с его учетом, будет соответствовать такому мнению.

Еще одним инструментом регулирования застройки торговой инфраструктуры должны стать правила землепользования и застройки, устанавливающие разрешенные параметры земельных участков, формирование которых предусмотрено Земельным кодексом РФ[10] в зависимости от принадлежности таких земельных участков к определенным территориальным зонам. Здесь также предусмотрено проведение публичных слушаний, на которые должны выноситься градостроительные регламенты, содержащие вид разрешенного использования земельных участков предельные (минимальные и (или) максимальные) размеры земельных участков и предельные параметры разрешенного строительства, реконструкции объектов капитального строительства, а также ограничения использования земельных участков и объектов капитального строительства.

Заметим, что в настоящее время виды разрешенного использования земельных участков, должны устанавливаться в соответствии с классификатором видов разрешенного использования

[9] Ст. 24 «Подготовка и утверждение генерального плана поселения, генерального плана городского округа» // «Градостроительный кодекс Российской Федерации» от 29.12.2004 № 190-ФЗ.

[10] «Земельный кодекс Российской Федерации» от 25.10.2001 № 136-ФЗ.

земельных участков (далее – Классификатором), утвержденному приказом Министерства экономического развития РФ №540 от 01.09.2014.

Согласно классификатору, размещение торгового объекта возможно при следующих видах разрешенного использования:

1. Среднеэтажная жилая застройка:

Данный вид допускает размещение объектов обслуживания жилой застройки во встроенных, пристроенных и встроенно-пристроенных помещениях многоквартирного дома, если общая площадь таких помещений в многоквартирном доме не составляет более **20 %** общей площади помещений дома.

2. Многоэтажная жилая застройка или же высотная застройка:

Предусматривает размещение объектов обслуживания жилой застройки во встроенных, пристроенных и встроенно-пристроенных помещениях многоквартирного дома в отдельных помещениях дома, если площадь таких помещений в многоквартирном доме не составляет более **15 %** от общей площади дома.

3. Обслуживание жилой застройки

Представляет собой размещение объектов капитального строительства в целях извлечения прибыли на основании торговой, банковской и иной предпринимательской деятельности если оно связано с удовлетворением повседневных потребностей жителей, не причиняет вред окружающей среде и санитарному благополучию, не причиняет существенного неудобства жителям, не требует установления санитарной зоны, а площадь земельных участков под названными объектами не превышает **20 %** от площади территориальной зоны в границах которой возводится объект.

4. Торговые центры (Торгово-развлекательные центры)

Размещение объектов капитального строительства, общей площадью **свыше 5000 кв. м**. с целью размещения одной или нескольких организаций, осуществляющих продажу товаров, и (или) оказание банковских услуг, услуг общественного питания, гостиничного обслуживания, развлечений, обслуживания транспорта; размещение гаражей и (или) стоянок для автомобилей сотрудников и посетителей торгового центра.

5. Магазины

Размещение объектов капитального строительства, предназначенных для продажи товаров, торговая площадь которых составляет **до 5000 кв. м.**

Однако на практике мы сталкиваемся с той же проблемой: на публичные слушания выносится обезличенная застройка. Вопросы, выносимые на публичные слушания, затрагивают сам факт возможного размещения объекта определенного типа в пределах территориальной зоны, и, зачастую, предусматривают возможность альтернативного использования территории (например, в зоне жилой малоэтажной застройки может предусматриваться размещение как торговых объектов небольшой площади, так и размещение организаций социально-бытового обслуживания населения, или же иные объекты). О размещении конкретного объекта определенного формата на конкретном земельном участке речи в данном случае не идет, не идет речь и о создании каких-либо преференций для местных предпринимателей, или же о защите их интересов в случае размещения нового торгового объекта. А сами результаты публичных слушаний приобретают, фактически, рекомендательный характер. В Москве ситуация усугубляется тем, что правила землепользования и застройки до сих пор не приняты.

К инструменту регулирования можно отнести также процедуры планировки и межевания территории, разработки планов реконструкции и развития территорий, разработку и утверждение градостроительных планов земельных участков. Механизм также предполагает публичные слушания и на них выносятся конкретные объекты и изменения, фигурируют застройщики. Однако результаты публичных слушаний опять-таки носят рекомендательный характер, мнение жителей учитывается, однако, окончательное решение принимается органами исполнительной власти, местного самоуправления[11]. Более того, нет никакой гарантии того, что на месте, где ранее располагался магазин «у дома», принадлежащий местному предпринимателю, впоследствии не откроется торговый объект крупной федеральной или региональной сети. Помимо возможной смены формата торгового объекта, возможна и смена его специализации. А поскольку публичные слушания проводятся по проектам межевания не подлежащих реорганизации жилых территорий, возведение торгового объекта вне ее границ уже может быть осуществлено без их проведения.

Процедура рассмотрения на публичных слушаниях градостроительных планов земельных участков (ГПЗУ) осуществляется

[11] П. 13 ст. 46 «Особенности подготовки документации по планировке территории, разрабатываемой на основании решения органа местного самоуправления поселения или органа местного самоуправления городского округа» // «Градостроительный кодекс Российской Федерации» от 29.12.2004 № 190-ФЗ.

только в отношении жилых территорий, не подлежащих реорганизации. Под жилыми территориями понимаются территории кварталов и функционально-планировочных образований (жилых групп, жилых микрорайонов) жилого назначения. Расположение жилых зон в обязательном порядке отражается в генплане (схема функциональных зон). Однако, если параметры и сведения, указанные в проекте ГПЗУ, соответствуют параметрам и сведениям, которые ранее являлись предметом рассмотрения на публичных слушаниях, проведение публичных слушаний по проекту разработанного в виде отдельного документа ГПЗУ, предназначенного для строительства, реконструкции объекта капитального строительства на не подлежащей реорганизации жилой территории не требуется.

Получение ГПЗУ – обязательный этап подготовки к будущему строительству. В нем содержится конкретная информация по параметрах будущего объекта, его размещении, назначении. Даже в случае отсутствия градостроительной документации более высокого уровня, параметры строительства и вид разрешенного использования земельного участка находят свое отражение именно в ГПЗУ. По этой причине рассмотрение ГПЗУ на публичных слушаниях имеет крайне существенное значение для местных жителей.

Сделаем выводы. Нормативное регулирование вопросов размещения торговой инфраструктуры относится к совместному ведению РФ, субъектов РФ и органов местного самоуправления. При этом применяемый механизм не обеспечивает соблюдение интересов будущих покупателей, т.к. не предполагает обязательности учета их мнения при принятии органами власти решения, связанного с размещением того или иного объекта сетевой торговли. Да и процедура проведения публичных слушаний вызывает много вопросов, верификация таких собраний сегодня невысока.

По нашему мнению, размещение сетевых торговых объектов регионального уровня и выше должно регулироваться муниципальными органами власти с обязательным учетом мнения жителей и местных предпринимателей.

Для этого, проекты строительства новых торговых объектов обязательно должны выноситься на публичные слушания уже на стадии выделения земельного участка или продажи земельных участков на торгах. Мнение участников публичных слушаний должно быть выражено в решении об одобрении такого проекта или его отклонении жителями муниципального образования. Решение должно приниматься

голосованием участников публичных слушаний, механизм голосования должен обеспечивать отражение действительного мнения большинства жителей такого образования и мнение местных предпринимателей, занятых в торговой сфере. Еще одним целесообразным нововведением могла бы стать возможность проведения публичных слушаний в заочной форме. Заочная форма проведения публичных слушаний может обеспечить большую вовлеченность населения в процесс принятия решения, обеспечить прозрачность его принятия, а также позволит добиться более осознанного принятия решений, например, с помощью размещения интерактивных материалов.

ИСТОЧНИКИ:

Котельникова, З.В. (2011). Международный опыт регулирования деятельности торговых сетей: обзор эмпирических исследований. В книге *Аналитика ЛЭСИ* (Вып. 8; С. 72-103). Государственное регулирование деятельности торговых сетей: основы и противоречия. М.: ИД ВШЭ.

Радаев, В.В. (2011). Возвращение государства к регулированию внутренней торговли в России: анализ процесса разработки, обсуждения и первых последствий принятия Федерального закона о торговле. В книге *Аналитика ЛЭСИ* (Вып. 8; С. 8-71). Государственное регулирование деятельности торговых сетей: основы и противоречия. М.: ИД ВШЭ.

Рузакова, О.А., Рузаков, А.А. (2013). Проблемы правового регулирования торговой деятельности в российской федерации. *Вестник Финансового университета, 5*, 107-114.

Стукалова, И.Б. (2001). *Организационно-экономическое регулирование предпринимательства в торговле* (Дис. …. д.э.н.: 08.00.05). Москва.

Чеглов, В.П. (2013a). Влияние розничных торговых сетей на социально-экономические параметры функционирования регионов. *Менеджмент и бизнес-администрирование, 4*, 137-147.

Чеглов, В.П. (2013b). *Сетевой ритейл: концепции и стратегии, ловушки и решения*. М.: Вузовский учебник.

Чеглов, В.П. (2011). Экспансия розничных сетей в регионы: эффекты и аффекты. *Вестник Российского государственного торгово-экономического университета, 12*.

Чернухина, Г.Н., Чеглов, В.П. (2013). О качестве институционального регулирования розничной торговли. *Менеджмент и бизнес-администрирование, 2*, 28-37.

Данные публичной кадастровой карты.

Закон о торговле: Правовой комментарий (2010). М.: Альпина Паблишер.

«Земельный кодекс Российской Федерации» от 25.10.2001 № 136-ФЗ.

П. 3 постановления Правительства Москвы от 16.11.2010 № 1019-ПП «О создании Градостроительно-земельной комиссии города Москвы».

П. 3 ч. 3 ст. 28 «Публичные слушания» // Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

П. 8. ст. 36 «Градостроительный регламент», п. 4. ст. 37 «Виды разрешенного использования земельных участков и объектов капитального строительства» // «Градостроительный кодекс Российской Федерации» от 29.12.2004 № 190-ФЗ.

П. 13 ст. 46 «Особенности подготовки документации по планировке территории, разрабатываемой на основании решения органа местного самоуправления поселения или органа местного самоуправления городского округа» // «Градостроительный кодекс Российской Федерации» от 29.12.2004 № 190-ФЗ.

Ст. 5 «Доминирующее положение» // Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Ст. 14 «Ограничение приобретения, аренды хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, дополнительной площади торговых объектов» // Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

Ст. 24 «Подготовка и утверждение генерального плана поселения, генерального плана городского округа» // «Градостроительный кодекс Российской Федерации» от 29.12.2004 № 190-ФЗ.

Чеглов, В.П. (2016). *Экономика и управление интегрированной торговой организацией: Курс лекций*. М.: Проспект.