

УДК 338

Государственный, социальный и пространственный статус торговли

**Орлов С.Л.**

Доктор экономических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института региональной экономики и межбюджетных отношений Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, член Совета Торгово-промышленной палаты России по развитию потребительского рынка (Москва)

Реализация национальных целей развития и необходимость ускоренного решения задач по социальной защите населения в период экономических кризисов и иных непредсказуемых вызовов привлекает особое внимание к состоянию потребительского рынка и всей торговой отрасли. Это требует постановки вопроса о целесообразности воссоздания федерального органа прямого функционального назначения в системе Минпромторга России.

Ключевые слова: национальные цели развития, торговля, пространственная организация, социальные гарантии, федеральный орган, функциональные полномочия.

В современных условиях особое, более значимое и осмысленное обществом место во внутренней экономической политике вновь стал занимать потребительский рынок и торговля. В основе подобного заключения сконцентрированы многочисленные макроэкономические и социальные изменения, произошедшие в последние десять-двенадцать лет, начиная с мирового кризиса 2007-2008 гг. и последовавших мер по регулированию различных аспектов внутренней политики в целом ряде государств. Однако в ещё более значимом аспекте роль и место потребительского рынка и торговли просматриваются с начала 2020 г. и непредсказуемом развитии всей мировой и национальных экономик в отдельности.

Сложившиеся в течение многих лет приоритеты торговли как важнейшего направления для решения социальных задач в отечественном малом и среднем предпринимательстве в настоящее время имеют весомые основания. Для подобного вывода, бесспорно, особое значение имеет Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» [1], в известной степени конкретизирующих ранее поставленные стратегические задачи [2]. Без осознания новых направлений функционального предназначения торговли, в особенности её влияния на решение социальных проблем, в значительной степени спо-

собствующих исполнению национальных целей развития на ближайшие годы, невозможно в полной мере реализовать главную из них – **«сохранение населения, здоровье и благополучие людей»** [1]. Если рассматривать основные отличия современного этапа развития всей сферы услуг, включая и торговлю, то основные черты, характеризующие современную отрасль, на наш взгляд, концентрируются вокруг участия этой важнейшей системы в решении социальных задач и вытекающих отсюда региональных приоритетов и особенностей, исходя из пространственных масштабов страны.

Для России, учитывая её пространственную организацию, **сочетание особенного и общего** всегда являлось значимым императивом для осуществления многих социально-экономических задач. В последнее время своевременная реакция органов регулирования торговли на усиление наметившейся ранее регионализации потребительских предпочтений в пределах пространства России, на углубление обозначившихся изменений в приоритетах населения, касающихся структуры спроса на товары и услуги, переформатирования позиций в пользу новых изделий, в том числе по ценовому сегменту, становятся необходимым условием динамического развития торговой отрасли.

Стратегические идеи и текущие задачи по обеспечению достойного места системы торговли и

сферы других услуг на потребительском рынке в реализации национальных целей развития должны принадлежать чётко позиционируемому в данном направлении профильному федеральному исполнительному органу. Воссоздание подобного органа, функционировавшего в России вплоть до административной реформы начала 2000-х гг. [3; 4], в полной мере соответствует историческим традициям предпринимательской деятельности на потребительском рынке, современным задачам в области государственной социальной политики и необходимости учёта особенностей будущей пространственной организации страны.

В историческом аспекте органы государственного управления и регулирования внутренней торговли существовали практически с первых лет советской власти, вплоть до начала 1992 г., а в большинстве бывших союзных республик практически до конца 1990-х гг. Изменялись наименования, отдельные текущие задачи и функции, однако в условиях плановой экономики **главный вектор на удовлетворение материальных потребностей населения и обеспечения их социальных гарантий** на протяжении долгих лет оставался неизменным. До сих пор трудно себе представить, в каких порой сложных социально-экономических условиях развивалась внутренняя торговля: она в буквальном смысле синхронно следовала за историей великой страны и в самые напряжённые дни испытаний была вместе с её народом. Тогда особое значение возлагалось на союзное и соответствующее республиканские министерства торговли.

Позднее вполне оправданная трансформация многих функций по регулированию потребительского рынка на региональный и местный уровни подчас всё же требовала хотя бы «мягкого» вмешательства «сверху». Это, в частности, ускорило принятие известного закона о государственном регулировании торговой деятельности [5]. Однако практика последнего времени, в особенности активная фаза кризиса и продолжающийся восстановительный период убедительно показывают необходимость усиления поддержки местных органов в виде грамотного дополнения к объективно формирующейся вертикали государственного регулирования. В современную эпоху, в особенности начиная с 2020 г., участие отрасли в решении социальных задач для населения России проявилось в период общемировой пандемии и последовавшего вслед за этим глобального экономического кризиса, охватившего практически все страны и континенты. Сейчас никто не определит точную дату завершения нынешнего турбулентного периода, в связи с чем роль и место торговли в экономике с учётом её положительного социального воздействия на этапе продолжающегося снижения доходов и спроса населения ещё более возрастает. Иными словами, вопросы повышения роли торговли и услуг в реализации пла-

нов социальной политики государства, несомненно, возрастают: конкурентное начало не является столь приоритетным, гораздо важнее обеспечить доверие населения и сохранить имеющийся ареал потребителей [6]. Согласно исследованию Счётной палаты России, розничный товарооборот, а следовательно, и уровень народного потребления в 2020 г. может снизиться в пределах от 3,5 до 4,2 % [7]. Дальнейшие изменения данного показателя, на наш взгляд, вообще сложно поддаются прогнозу.

Следует отметить, что, по сути, именно торговля, в первую очередь её продовольственный сектор по достоинству ответили на вызовы и непредсказуемые риски сразу после наступления испытаний, возникших в связи с мировой пандемией. Поэтому особая роль федерального центра просматривается в вопросах обеспечения финансовой, материальной и законодательной поддержки всей социальной инфраструктуры в период чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера и явно выраженных кризисных явлений другого происхождения – экономического, санитарно-эпидемиологического и т.д. Это не что иное, как предоставление качественных **государственных услуг** населению и различным уровням исполнительной власти в России.

Поэтому с учётом национальных целей, в основе которых лежит в том числе выстраивание вертикали контроля за исполнением задачи по **сохранению и благополучию людей** в условиях длительного и сложного этапа современного социально-экономического развития, необходимо повысить статус торговой отрасли и выстроить вполне осязаемую трёхуровневую управленческую систему, повышающую устойчивость отрасли в пространственной организации России: федеральный, региональный и муниципальный (местный) уровни.

Для этого в сфере потребительского рынка вполне уместно воссоздать федеральный исполнительный орган прямого функционального назначения. Множественность важнейших общегосударственных задач, поставленных Президентом и Правительством России перед нынешним Министерством промышленности и торговли [4; 8-10], в том числе по обеспечению производства для обеспечения обороноспособности страны, свидетельствует о целесообразности в современных условиях обеспечить некоторую автономизацию и свободу манёвра в вопросах предоставления государственных услуг для улучшения регулирования сектора потребительского рынка. Это придаст дополнительную управленческую гибкость, возможность более оперативно решать отдельные практические вопросы и необходимую в нынешней непростой ситуации самостоятельность при согласовании отдельных позиций на региональном уровне и в других сферах регулирования внутренней торговли и сферы услуг на потребительском рынке.

Думается, что такой подход сможет обеспечить профильный федеральный исполнительный орган в статусе Федеральной службы (агентства) под контролем и координацией со стороны Министерства промышленности и торговли Российской Федерации. Подобную иерархическую схему государственного управления уже на протяжении многих лет можно наблюдать, в частности, в системе Минфина России, куда включены исполнительные органы, ответственные за состояние государственной казны: Федеральная налоговая служба, Федеральная таможенная служба и др. В качестве объективного подтверждения целесообразности создания данного федерального исполнительного органа по предоставлению государственных услуг для внутренней торговли и регулированию в сфере потребительского рынка обратим внимание на современный экономический масштаб деятельности торговли и других отраслей сферы услуг. Это можно представить следующими основными показателями: в 2018-2019 гг. доля участия этого сектора в создании национального ВВП достигала 14 %, число занятого трудоспособного населения – 13 млн чел., количество действующих предприятий, включая общественное питание и смежных по обслуживанию населения отраслей – более 1,5 млн [11].

В социальном плане значение торговли и близких по профилю отраслей сферы услуг уже давно приобрело исключительно национальный приоритет. Необходимость наделения определёнными полномочиями профильного федерального исполнительного органа для повышения уровня государственного регулирования в национальной модели «Торговля» может быть также обосновано значительными специфическими отличиями управленческих подходов при аналогичном процессе в промышленности, с одной стороны, и в сфере обеспечения важнейших социальных потребностей человека – с другой [12-14]. Главное предназначение нового ведомства – предоставление различных видов государственных услуг в системе регулирования деятельности в сфере потребительского рынка на территории Российской Федерации. В современных условиях экономической турбулентности это может способствовать повышению уровня регулирования в системе потребительского рынка для реализации национальных целей развития, обозначенных Президентом страны и необходимых при их решении стратегических задач [1].

Необходимость всерьёз заняться проработкой вопроса о создании данного ведомства основывается на возможной передаче данному органу ряда полномочий по *разработке и внедрению стратегии государственной социальной политики на потребительском рынке Российской Федерации в целях повышения благополучия населения*. Обоснование самой идеи создания подобного органа в принципе не противоречит ранее принятым нормативным актам [3]. До этого Минпромторг России при определении

различного рода стратегий и программ подчас ориентировался на определённую сферу деятельности – торговлю, теперь же речь должна идти о потребительском рынке как важнейшей составляющей всего социального сектора экономического пространства. Этот манёвр потребует нового уровня государственного мышления для повышения эффективности работы по устранению нынешних межведомственных диспропорций, упрощению и конкретизации взаимосвязи с органами отраслевого и социального регулирования на местах и концентрации усилий на основе профессионального и научного подходов [13].

В данном случае под понятием «Торговля» подразумевается весь комплекс отраслей, обеспечивающих обслуживание населения на потребительском рынке – это собственно, розничная и оптовая торговля, индустрия питания, отдыха и развлечений, бытовое обслуживание, ресторанное дело, гостиничное хозяйство и некоторые другие. Понятно, что в ряде случаев это будет лишь анализ и позиционирование выводов в общих чертах, скажем, в сфере туристской деятельности. Однако *в целом потребительский рынок и развивающиеся здесь социально-экономические процессы должны просматриваться по вертикали в комплексе всех отраслей*. Именно на таком подходе должно быть основано государственное мышление для решения насущных проблем социальной политики, сделаны выводы о текущих и стратегических задачах развития каждой отрасли в отдельности и социального сектора в целом.

Создание данного федерального органа будет способствовать логическому завершению формирования государственной управленческой вертикали для одной из важнейших сфер деятельности современного общества. Статус вышестоящего федерального органа – Минпромторга России при таком подходе ещё более возрастёт. Исторически сложившаяся подчинённость в системе государственного регулирования внутреннего рынка по сути останется прежней, однако повысится статус профильного ведомства и его ответственность. Кроме указанного ранее основного приоритета, под контролем Минпромторга России важными направлениями деятельности новой управленческой структуры могут стать вопросы нормативно-правового обеспечения, организационной, консультативной поддержки потребительского рынка и эффективного взаимодействия с отдельными территориями в экономическом пространстве России. В свою очередь, приоритеты профильных департаментов Министерства просматриваются в направлении контроля за обеспечением внутреннего рынка отечественной продукцией лёгкой промышленности, лекарственными препаратами и медицинским оборудованием, гражданской продукцией других российских производителей, а также поставками в госрезерв для бесперебойного снабжения населения. Важной составляющей Мин-

промторга России становится продвижение продукции потребительского назначения на экспорт – в государства ЕАЭС, СНГ и дальнего зарубежья.

Основополагающие функциональные полномочия и задачи предполагаемого федерального исполнительного органа в сфере потребительского рынка (*с условным наименованием – Федеральная служба (агентство) по развитию потребительского рынка – ФСПр (ФАПР) – Росторг*), по сути, формируют расширенный перечень государственных услуг, предоставляемых исполнительным органам, организациям, функционирующим на потребительском рынке и населению:

– разработка по поручению вышестоящего органа и последующее внедрение стратегии государственной политики по развитию внутреннего потребительского рынка для своевременной реализации национальных целей развития Российской Федерации;

– подготовка предложений к ежегодному Прогнозу социально-экономического развития Российской Федерации, оценка достигнутых итогов деятельности различных секторов внутреннего потребительского рынка по решению социальных задач и развития отрасли «Торговля» в целом;

– участие в разработке текущих и перспективных схем пространственного развития России с учётом национальных, региональных, природно-климатических и иных особенностей, оказывающих влияние на потребление населения;

– разработка и согласование рекомендаций о наиболее приемлемых региональных форматах и типах торговли с учётом Национальной системы пространственного развития Российской Федерации;

– формирование предложений о дополнительных механизмах социальной поддержки населения в период ухудшения экономической ситуации и снижения денежных доходов граждан;

– определение комплексных мер, способствующих дальнейшему развитию торговой и иной социально значимой инфраструктуры, связанной с потребительским рынком, в городских агломерациях и их близлежащем окружении как наиболее перспективных центрах расселения и концентрации промышленного и научно-технологического потенциала России;

– мониторинг эффективности федеральных законодательных актов по вопросам развития потребительского рынка и торговли и разработка законодательных инициатив, способствующих совершенствованию деятельности отрасли для активного участия в реализации национальных целей развития;

– прогнозная оценка влияния изменения макроэкономической ситуации в России и динамики мировых трендов на состояние отечественного потребительского рынка, его ценового и ассортиментного сегментов для принятия решений по поддержанию уровня потребления населения;

– разработка новых подходов для решения задач в области социальной защиты населения, включая адресную продовольственную помощь, с учётом особенностей потребления в территориальном разрезе в пределах экономического пространства страны;

– анализ государственной антимонопольной политики на потребительском рынке и формирование предложений, способствующих защите конкуренции, с одной стороны, и своевременному реагированию на чрезмерную регламентацию деятельности хозяйствующих субъектов – с другой;

– правовое и методическое обеспечение деятельности организаций внутренней торговли на основе гармонизации и взаимодействия отдельных отраслей и типов торговых предприятий;

– анализ (мониторинг) деятельности различных (типов) видов торговых объектов и их объединений в региональном, макрорегиональном и территориальном геостратегическом разрезе, исходя из Национальной системы пространственного развития;

– повышение эффективности взаимодействия с Минсельхозом России на этапе составления балансовых расчётов и прогнозов в разрезе основных продовольственных товаров для внутреннего рынка;

– разработка прогнозов потребления и(или) условных товарных объёмов по основной структуре для наиболее значимых в социальном плане групп продовольственных товаров, не включаемых в соответствующие балансовые расчёты Министерства сельского хозяйства Российской Федерации;

– мониторинг розничных цен, сложившихся на потребительском рынке по социально значимым группам товаров [15], и подготовка предложений по их стабилизации в случае необоснованного роста;

– разработка предложений вышестоящему федеральному органу (Минпромторгу РФ) по прогнозу развития перспективных направлений производства и объёмов выпуска отдельных товарных групп для возможной корректировки действующих планов производства товаров народного потребления;

– эффективное взаимодействие с профильными федеральными ведомствами для участия в подготовке предложений по формированию государственного материального резерва по соответствующей товарной номенклатуре;

– обеспечение возможности силами ведомства наладить ответное реагирование и т.н. «мозговой штурм» в случае непредвиденных обстоятельств социально-экономического и иного характера;

– обоснование внедрения прогрессивных форм и методов торговли с учётом особенностей территориального расселения и традиций народов Российской Федерации;

– разработка предложений по совершенствованию государственной политики и поддержки деятельности в сфере народных художественных промыслов, в том числе по повышению уровня ком-

мерциализации новых перспективных изделий и проектов в этой области;

– участие в координации и организации ярмарочно-выставочных мероприятий и мониторинг эффективности взаимодействия отраслей промышленности и торговли;

– изучение практики деятельности организаций, обеспечивающих потребности населения на территориях осваиваемого экономического пространства России – в Дальневосточном федеральном округе, в пределах сухопутной территории Арктической зоны и разработка предложений по внедрению современных форм обслуживания населения и ассортиментной политики, исходя из местных условий;

– подготовка предложений по формированию социальной инфраструктуры, обеспечивающей развитие услуг торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения в районах, примыкающих к транспортным коридорам «Запад – Восток» и «Север – Юг», а также вдоль строящейся международной магистрали в пределах транспортного маршрута «Европа – Западный Китай» и в портах вдоль Северного морского пути;

– разработка мер для наиболее эффективного развития малого предпринимательства в отдельных отраслях и звеньях потребительского рынка;

– определение наиболее эффективных форм взаимодействия региональных исполнительных органов и населения, а также создание условий для использования трудовых навыков и опыта работников, доход которых от профессиональной деятельности в сфере потребительского рынка не подтверждается договорами найма и(или) гражданско-правового характера;

– оперативное взаимодействие с федеральными органами исполнительной власти по различным вопросам развития внутреннего рынка в целях защиты здоровья и обеспечения благополучия населения;

– подготовка предложений для внедрения и совершенствования системы саморегулирования в сфере потребительского рынка товаров и услуг;

– обоснование предложений о выборе степени интенсивности риск-ориентированного подхода при организации государственного контроля при реализации продовольственных товаров и изготовлении продукции на предприятиях общественного питания;

– анализ ситуации и участие в разработке комплексных мер государственной политики по вопросам противодействия незаконному обороту промышленной продукции на потребительском рынке;

– разработка предложений по внедрению новых подходов в системе регулирования цифровой маркировки товаров;

– подготовка предложений и рекомендаций по совершенствованию ассортиментной политики производителей и организаций торговли, способствующих выравниванию региональных уровней потребления важнейших товаров и услуг;

– обеспечение эффективного взаимодействия с региональными и муниципальными органами регулирования потребительского рынка в целях гармонизации подходов по наиболее актуальным проблемам развития всего социального комплекса торговли и услуг на территории отдельных субъектов России;

– координационное взаимодействие с национальными органами государств – членов ЕАЭС с целью совершенствования и гармонизации подходов в области регулирования торговли на этапе формирования единого экономического пространства;

– анализ и обобщение передового зарубежного опыта в области развития торговли, других отраслей потребительского рынка и рекомендации по его распространению применительно к отдельным территориям национального пространства России;

– разработка наиболее актуальных направлений прикладных научных исследований по проблемам социальной политики на потребительском рынке, их координация и оценка эффективности;

– участие в организации научных мероприятий по вопросам перспективных направлений развития отрасли «Торговля» и потребительского рынка;

– подготовка предложений по кадровому обеспечению деятельности в сфере торговли и обеспечение взаимодействия с образовательными организациями различного уровня;

– методологическое обеспечение и сопровождение региональных программ развития отрасли и отдельных территориальных сегментов внутреннего рынка;

– мониторинг и контроль выполнения стратегических и программных документов по развитию потребительского рынка и торговли, принятых на федеральном уровне;

– методологическое обеспечение, участие в разработке и консультационная поддержка отраслевых программ развития по направлениям «Торговля», «Общественное питание», «Бытовое обслуживание» и региональных программ развития потребительского рынка;

– разъяснение политики государства на потребительском рынке и участие в общественных обсуждениях в средствах массовой информации важнейших проблем развития отдельных его отраслей;

– участие, в соответствии с решениями Правительства Российской Федерации и вышестоящего федерального органа, в разработке мобилизационных программ и мероприятий по отрасли «Торговля» для организации защиты населения в случае чрезвычайных и иных ситуаций.

Следует подчеркнуть, что процесс ускорения практической реализации указанных функций на этапе формирования федерального исполнительного органа наиболее полно можно обеспечить, используя потенциал ныне действующего Министерства промышленности и торговли России, в частности,

Департамента развития внутренней торговли.

В связи с принятием новой идеологии управления и разработки вытекающих для исполнения задач данная структура потребует существенной реконструкции, включения в штаты управленческого каркаса дополнительных элементов и соответствующее кадровое обеспечение. Таким образом, произойдёт «мягкая» трансформация действующей структуры в профильный федеральный исполнительный орган в сфере потребительского рынка при сохранении прежней ведомственной подчинённости. Приобретённый Минпромторгом России опыт регулирования торговли в условиях современной экономики в совокупности с ответственностью за разработку и претворение в жизнь государственной промышленной политики [8; 10], в том числе сектора, нацеленного на запросы потребительского рынка, должны положительно сказаться на деятельности предлагаемого ведомственного тандема.

Предположительно, на первоначальном этапе в структуре федеральной службы (агентства) можно предусмотреть, кроме руководителя, в ранге заместителя министра, троих заместителей и 8-10 компактных управлений, отвечающих за важнейшие направления государственной социально-экономической политики на потребительском рынке. Думается, что принятие подобного решения поднимет престиж отрасли «Торговля», окажет положительное влияние на стратегическое развитие этой сферы деятельности и реализацию положений июльского (2020 г.) Указа Президента Российской Федерации по основному спектру поставленных в этом документе национальных целей развития и социально-экономических задач [1]. На вопрос «Быть, или не быть?» профильному федеральному органу по предоставлению государственных услуг в сфере потребительского рынка и торговой деятельности всё же придётся найти ответ в обозримом будущем. Уже давно повышение государственного, социального и пространственного статуса торговли подтверждено самим временем.

Литература:

1. Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» // СПС Консультант.
2. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» (ред. от 19.07.2018 г.) // СПС Консультант.
3. Указ Президента Российской Федерации от 4 марта 2004 г. № 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» (с изм. на 19.04.2019 г.) // СПС Консультант.
4. Указ Президента Российской Федерации от 15 мая 2018 г. № 215 «О структуре федеральных органов исполнительной власти» (ред. от 21.01.2020 г.) // СПС Консультант.
5. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // СПС Консультант.
6. Современная торговля: вопросы конкурентоспособности и социальной политики / Под общ. ред. д.э.н., проф. С.Л. Орлова. – М.: ИД «ФОРУМ», 2014. – 192 с.
7. Прогноз основных показателей социально-экономического развития Российской Федерации на 2020-2023 годы. – М.: Счётная палата Российской Федерации, Институт экономической политики им. Е.Т. Гайдара, 2020. – 33 с.
8. Федеральный закон от 31 декабря 2014 г. № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации» (ред. от 20.07.2020 г.) // СПС Консультант.
9. Постановление Правительства Российской Федерации от 5 июня 2008 г. № 438 «О Министерстве промышленности и торговли Российской Федерации» (ред. от 15.09.2020 г.) // СПС Консультант.
10. Сайт Министерства промышленности и торговли Российской Федерации. – URL: www.Minpromtopg.gov.ru
11. Сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: www.Gks.ru
12. Орлов С.Л. Социальный статус рынка (размышления экономиста) // Актуальные проблемы экономики и права. – 2013. – № 1. – С. 97-100.
13. Орлов С.Л., Фисунов С.А., Алибекова Д.Н. Реалии современной экономики и особенности нового типа государственного мышления в России // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 2. – С. 50-55.
14. Орлов С.Л. Стратегия для России в турбулентном мире // Мир перемен – 2020. – № 1. – С. 39-51.
15. Постановление Правительства Российской Федерации от 15 июля 2010 г. № 530 «Об утверждении Правил установления предельно допустимого уровня розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены, и перечень отдельных видов социально значимых продовольственных товаров, за приобретение определённого количества которых хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, не допускается выплата вознаграждения» // СПС Консультант.

State, Social and Spatial Status of Trade

Orlov S.L.

Financial University under the Government of the Russian Federation (Moscow)

The implementation of national development goals and the need to accelerate the solution of social protection tasks in times of economic crises and other unpredictable challenges draws special attention to the state of the consumer market and the entire trade industry. This requires raising the question of the feasibility of recreating a federal body of direct functional purpose in the system of the Ministry of Industry and Trade of Russia.

Key words: national development goals, trade, spatial organization, social guarantees, federal body, functional powers.

