

ИСТОРИЯ

УДК 94 (470) «1991...»

О.А. Глущенко

ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ В 1992–1995 гг.

Рассматривается процесс взаимодействия предпринимателей сферы торговли с предприятиями пищевой промышленности на этапе реформирования экономики 1992–1995 гг., обосновывается его важность в начале периода рыночных реформ. Описываются основные практики взаимодействия производителей и представителей торговли. Делается вывод о том, что изучаемые процессы переходного периода характерны для большинства субъектов экономики не только в региональном, но и федеральном масштабе.

Ключевые слова: переходная экономика; торговля; предпринимательство; рыночные реформы 1990-х гг.

С началом реформирования экономики в 1990-е гг. существенные изменения претерпели хозяйственные отношения. Либерализация цен и приватизация повлияли на создание новых субъектов экономики и трансформацию самих экономических отношений. Процесс формирования предпринимательского слоя в России, начатый еще в середине 1980-х гг., получил бурное развитие в реалиях становления рыночной экономики последнего десятилетия XX в.

Сфера торговли во время трансформации экономики претерпела существенные изменения, которые в итоге способствовали увеличению темпов ее развития. Ломка прежней торговой системы и построение новых рыночных отношений привели к возникновению множества новых вопросов, которые требуют комплексного изучения. Отмена монополии государства на торговлю и приватизация привели к созданию новых форм предпринимательства, которые представляют интерес для изучения как наиболее активные субъекты зарождающихся экономических отношений и частного предпринимательства.

Были упразднены государственные распределяющие органы, хозяйствующим субъектам предстояло самостоятельно налаживать торговые и экономические связи, чтобы встроиться в новые рыночные отношения. Предприниматели сферы розничной торговли, в свою очередь, ориентируясь на потребности населения, быстрее осваивались в новых рыночных условиях, торговые предприятия активнее реагировали на изменения спроса и предложения и не требовали больших затрат для создания и развития. Предполагается, что для организации работы зарождающейся торговой сети в регионе большое значение имело выстраивание партнерских отношений с предприятиями – производителями товаров народного потребления.

Исследователи с первых лет экономических реформ занимались прогнозированием, обоснованием и критикой процесса становления рынка. С 2000-х гг., после некоторого осмысления итогов прошлого десятилетия реформ, появилась возможность анализа поведения субъектов экономики в переходном периоде.

Больше значение уделяется изучению деятельности частного предпринимательства в условиях переходного периода. Л.Е. Бляхер, доктор философских

наук, подтвердил, что основной реакцией на реформы была минимизация легальности деятельности. Важное место в работе предпринимателей Л.Е. Бляхер уделяет социальной сети предпринимателя как инструмента приспособления.

Экономисты уделяют внимание проблеме неплатежей, так как он охватил все отрасли экономики и все регионы страны, оказал влияние на развитие экономики в 2000-х гг. Этим вопросом занимались А. Золотарева, Л. Ледерман, О. Луговой, Р. Энтов. А. Золотарева выделила основные причины и последствия возникновения неплатежей. Так же исследователь уделяет внимание системе неплатежей в региональном масштабе [1].

В исследованиях развития сферы торговли 1990-х гг. значительное внимание обещается на региональный аспект процесса. Формирование сферы торговли исследовали в Республике Карелия, Иркутской и Омской областях. Г.И. Ханин, Д.А. Фомин выделяют общие процессы в формировании и развитии новой торговой сферы в России, описывая ее перспективы [2. С. 85]. Кроме этого изучаются такие частные аспекты темы, как качество и культура торгового обслуживания, миссия предпринимателя в сфере торговли [3. С. 105].

Исследования доктора исторических наук Н.М. Дмитриенко дают представление о ходе экономических реформ в Томской области, показано положение и изменение социальной сферы в период реформ, дается краткая характеристика экономической жизни Томска [4].

Сложности в изучении данной темы возникают во множестве исследований из-за широкой теневой деятельности предприятий торговли в 1990-е гг. В виду этих факторов значительно искажаются показатели развития розничной торговли.

Для того чтобы понять, какие механизмы и практики лежат в основе формирующихся отношений в среде рынка между субъектами экономических отношений, возможно на примере предприятий Томской области проследить установление взаимодействия между производителем и продавцом на начальном периоде реформирования.

Процессы и проблемы рыночных преобразований характерны не только для отдельных регионов, но и

для всей России. Так, указы Правительства «О коммерциализации деятельности предприятий торговли в РСФСР» от 25 ноября 1991 г., «О свободе торговли» от 29 января 1992 г., «О дополнительных мерах по устранению недостатков в свободной торговле» от 31 августа 1992 г. распространялись на все регионы страны. Поэтому предприятия торговой сферы использовали похожие механизмы адаптации к складывающимся условиям.

В рамках реформирования экономики были изданы Указы Президента Б.Н. Ельцина от 2 января 1992 г. «О мерах по либерализации цен», от 29 января 1992 г. «О либерализации торговли» [5], спровоцировавшие обострение отношений между предприятиями и сферой торговли по целому ряду вопросов. Во время командной экономики торговая сеть оставалась слабо развитой, выступая только как средство распределения продукции. С началом активной фазы реформирования были упразднены государственные распределяющие органы, хозяйствующим субъектам предстояло самостоятельно налаживать торговые экономические связи. Выстраивание грамотных связей с предприятиями переработки было важной задачей для зарождающейся частной торговой сети.

После Указа «О мерах по либерализации цен» [6] томские заводы повысили оптовые цены для магазинов на производимую продукцию, что спровоцировало «вынужденный бойкот» покупателей. Поэтому магазины должны были возвращать скоропортящийся товар на заводы. В этих условиях заводы понижали цены на производимую продукцию, неся убытки. Например, одним из первых был вынужден понизить цены на продукцию Томский городской молочный завод (ТГМЗ). Например, цена на сметану была снижена с 50 до 25 руб./кг, завод понес убытки в 2 млн руб., но часть затрат смог покрыть [7. С. 3]. Цены на товары первой необходимости остались под контролем государства (хлеб, молоко, детское питание, спички), но порог регулируемых цен рос ввиду нарастающей инфляции [7. С. 2]. Заводы стали сокращать производство продукции, реализуемой по регулируемым ценам, ввиду невыгодности ее производства. Магазины также оставляли право на выбор реализуемого товара за собой, продавая более дорогой и ликвидный товар и сокращая заказ на скоропортящиеся продукты.

Таким образом, в начале переходного периода в связке «производитель–продавец» сложилась нездоровая ситуация, которая явилась первой реакцией на проводимые реформы и способствовала недовольству потребителей. Например, в Томске летом 1992 г. ТГМЗ отказался закупать молоко у сельхозпроизводителей, так как продукцию завода отказывались реализовывать магазины города из-за высоких оптовых цен. При всем этом в Томске наблюдался дефицит молока. 15 июня 23 молоковоза пикетировали здание областного Совета с требованием повлиять на торговую сеть [7. С. 3]. Данный пример ярко иллюстрирует слабость хозяйственных связей между предприятиями торговли и заводами, неуправляемость начального рынка, с малой долей эффективности.

По причине проблем с реализацией продукции через формирующуюся розничную торговую сеть города приобрела популярность практика открытия торговых точек силами предприятий пищевой промышленности. Открытие фирменных торговых точек происходило на территории заводов или на арендуемых площадях. С 1992 по 1995 г. в разное время свои магазины открыли: Шегарский маслозавод, Томская птицефабрика, Колпашевский хлебозавод, Томский хлебозавод № 4, АО «Томские мельницы». Открытие фирменных торговых точек помогало решить проблему не только реализации товара, но и способствовало снижению цены, исключив из торговой цепочки посредников, снижению издержек на транспортировку. Еще одной причиной открытия заводских магазинов являлась слабость городской торговой инфраструктуры. В недавно открывшихся магазинах возникали проблемы с недостатком торгового оборудования и помещений: не было складов для хранения товара, торговых холодильников. По этой причине в 1992 г. возникла проблема нехватки тары на ТГМЗ, так как магазины за неимением возможности отказывались принимать тару у населения [8. С. 2].

Кроме того, частные магазины в начале переходного периода вправе были самостоятельно устанавливать торговые надбавки, что сказывалось на скорости реализации товара. Например, конфеты Томской кондитерской фабрики стоили в разных магазинах по-разному, хотя отпускались с завода по единой цене [9. С. 2].

Такой механизм реализации продукции имел как плюсы, так и минусы: затраты на содержание магазина, расширение кадрового состава, решение проблем реализации товара уже с позиции продавца, нарастание криминогенной обстановки вынуждали предпринимателей в прошествии времени сокращать количество фирменных торговых точек. Кроме того, наметилась тенденция открытия торговых точек без каких-либо разрешений контролирующих органов, вследствие чего в городе ухудшилась санитарно-эпидемиологическая обстановка, участились случаи кишечных заболеваний. Подобная ситуация описывается и в других регионах России, чем стремительнее развивалась торговая сеть, тем сложнее было выявлять и пресекать нарушения [10. С. 69; 11. С. 68].

В первой половине 1990-х гг. обозначилась тенденция стихийного открытия продуктовых киосков в Томске, в том числе и от заводов. В 1993 г. контроль над киосками был передан на уровень районной власти. Контролировать быстро растущую торговую сеть было трудно. К 1994 г. в Томске насчитывалось примерно 300–500 киосков [12. С. 2]. Повсеместное распространение киосков создавало проблемы для крупных магазинов, так как в условиях конкуренции киоски занижали цены на товары, торговали дешевой некачественной алкогольной продукцией. Но такие торговые точки, как киоски, облагались налогом в размере около 500 тыс. руб., платили за аренду земли (6 тыс. руб. за 1 м²) в бюджет области, были полноправными участниками рыночных отношений, несмотря на противодействие власти и торговых конкурентов, снимали социальное напряжение (обеспечивали доступность продуктов, рабочие места). Строительство киосков было отражени-

ем «стихийности» новообразующегося рынка. С формированием четких рыночно-административных структур киоски постепенно исчезали с улиц города. Томичи называли самодельные киоски «монстрами» и «памятниками раннего рынка» [12. С. 2].

В условиях стихийного формирования торговой структуры Администрация Томской области приняла меры по контролю над сферой торговли, учреждались комиссии по контролю и анализу цен, было издано распоряжение о введении санитарных правил реализации продуктовых товаров. Но эти меры не имели сколько-нибудь ощутимого результата, так как контролеры не могли охватить стремительно разрастающуюся торговую сеть. Обязательную сертификацию должны были пройти магазины, торгующие винно-водочной продукцией, согласно Положению городского Совета и распоряжению главы томской администрации. Проверяли наличие лицензий органы внутренних дел, отдел развития потребительского рынка и инспекция по ценам администрации города. Кроме регламентации торговли, эти меры были направлены на пополнение городского бюджета, так как лицензия выдавалась после уплаты сбора [13. С. 1].

Тем не менее в Томске к 1995 г. было зарегистрировано 1 690 предприятий торговли, из них 1 472 магазина, официально зарегистрировано 218 киосков. В торговле, благодаря приватизации, на 1995 г. частная собственность составляла 70%. Среди предприятий торговли в Томске преобладали малые предприятия – до 15 человек [14. С. 3].

Процессу развития экономики препятствовал кризис неплатежей, который явно обозначился в Томской области к 1993 г. Причинами возникшего кризиса можно назвать жесткую монетарную политику правительства по ограничению денежной массы и постоянно растущую инфляцию, провоцируемую эмиссией в первой половине 1990-х гг. Описываемое явление было характерно для экономики регионов РФ. По данным экспресс-обследования, которое было проведено в октябре 1998 г. Иркутским областным комитетом статистики, развитие торговой деятельности сдерживалось из-за недостатка оборотных средств, это отметили 88% респондентов-предпринимателей [11. С. 65].

В первые годы реформирования экономики кризис неплатежей проявился через долги торговой сферы перед заводами. К концу 1993 г. предприятия торговли были должны: Томскому мясокомбинату – 379 млн руб., ТГМЗ – 247 млн руб., Томскому хлебозаводу № 4 – 262 млн руб. [15. С. 4]. Неплатежи торговой сферы предприятиям отражались в задолженности предприятий переработки перед АПК. Так, магазины были должны ТГМЗ около 300 млн руб., в свою очередь ТГМЗ был должен АПК около 500 млн руб. [16. С. 4] даже при низкой закупочной цене.

Из ситуации неплатежей торговой сферы в первой половине 1990-х гг. предприятия видели два выхода: открытие фирменной торговой сети или применение санкций к магазинам-должникам. Заводы начали сокращать или отменяли поставки в магазины-должники. Такой ситуацией, безусловно, было возмущено население города. Сокращение и отмена по-

ставок заводами оказывала давление на магазины, заключившие договор о муниципальном заказе с мэрией Томска. Суть муниципального заказа заключалась в предоставлении арендных и коммунальных льгот в случае сохранения магазином оговоренного ассортимента товаров народного потребления. Соблюсти договор было сложно в условиях «бойкота» заводов, так как в случае отказа переработчиков от поставок молока, магазины теряли торговый профиль – нарушали договор, за что к ним могли быть применены санкции со стороны городских властей. Вследствие жестких санкций со стороны заводов пищевой промышленности, магазины-должники начали возвращать долги предприятиям переработки. Региональные власти призывали руководство заводов пищевой промышленности отказаться от агрессивных методов ведения бизнеса, говорилось о том, что нужно на уровне закона проводить разбирательство и лишать должников их собственности, но признавалось, что это сложный и дорогостоящий процесс. Но и сам механизм бойкотирования сферы торговли вел к снижению объемов производства продукции, что в результате негативно влияло на предприятия переработки и на сельхозпроизводителей.

Неплатежи были вынужденной практикой, которую применяли предприятия и торговая сфера, за неимением возможности оплачивать долги. Такая мера серьезно мешала как развитию предприятий, так и экономике в целом. В сеть взаимных неплатежей оказались втянуты все отрасли экономики и государство, что стало огромной проблемой на втором этапе переходного периода.

Во второй половине 1990-х гг. произошло ужесточение налоговой политики, так как для финансовой стабилизации в стране требовалось сократить дефицит федерального бюджета. В условиях повышающихся налогов и кризиса неплатежей предприниматели видели выход в уклонении от уплаты налогов законными и противозаконными способами.

Уклонение от налогов было вызвано неспособностью предприятий совершать любые платежи, в том числе и налоговые. Правительством принимались меры по стабилизации экономики, сокращению темпов инфляции, эти действия влекли за собой сжатие денежной массы, недофинансирование, приводившие к неплатежеспособности предприятий.

Проблемы, возникающие в процессе переходного периода в экономике Томской области, характерны для всех регионов России. Это подтверждает реакция центральной власти и издание 31 августа 1992 г. постановления Правительства «О дополнительных мерах по устранению недостатков в организации свободной торговли» [17]. Постановление предусматривало координацию работы государственных органов, предприятий торговли и общественного питания в устранении недочетов организации торговли.

Укрепление налоговой политики для сферы продовольственной торговли выразилось во введении контрольно-кассовых машин (ККМ), с 1 марта 1994 г. был издан закон «О применении контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением» [18]. Данная мера повышала эффективность кон-

троля налоговой полиции в торговле. Вплоть до 1998 г. в сфере торговли шли споры и протесты по поводу введения ККМ, так как цена и дефицит машин были высокие. Эта мера ограничивала возможности мошенничества и спекуляции в сфере розничной торговли.

С 1 января 1995 г. по причине неспособности выполнять долговые обязательства прекратил деятельность торговый дом «Горплодоовощторг» как объединение 37 овощных магазинов. По причине неплатежеспособности торгового дома сельхозпроизводители отказывались работать со всем объединением, вне зависимости от долгов отдельных магазинов.

Так как расчеты могли производиться быстрее, без посредников, магазинам выгодно было работать напрямую с поставщиками, ускорялся оборот продукции. Можно сделать вывод о том, что в условиях конкуренции подобные большие торговые дома, как «Горплодоовощторг», оказались менее мобильны и постепенно выпадали из структуры рынка как в Томской области, так и в других регионах. Например, в Республике Карелия на базе государственных торговых объединений в начале 1990-х гг. происходило формирование частных торгово-коммерческих фирм [10. С. 68]. Ввиду увеличивающейся конкуренции в торговле надбавки магазинов держались на уровне около 20–25%. В условиях формирующейся конкуренции магазины особое внимание уделяли торговле прибыльными товарами, такими как вино, лук, чеснок, бананы, апельсины [19. С. 3].

К середине 1990-х гг. были сформированы основные нормы розничной торговли, которыми нередко пренебрегали. Для того чтобы торговать продуктами питания на рынке, нужно было иметь сертификаты на всю продукцию, продавец должен пройти медосмотр, торговля разрешалась в специально отведенных местах. Кроме того, было разработано 19 документов, регламентирующих правила торговли [20. С. 2]. Но продавец чаще всего экономил на сертификации и выполнении правовых требований, это способствовало торговле некачественными товарами.

Итак, в ходе активной стадии либерализации экономики предприятия пищевой промышленности и рознич-

ной торговли оказались тесно связаны друг с другом, быстро и активно реагируя на экономические изменения.

Для сферы торговли важным этапом являлось выстраивание партнерских связей с предприятиями пищевой промышленности. Так как в первой половине 1990-х гг. только зарождалось становление частной торговой сферы, формирование отношений между торговлей и предприятиями происходило трудно. По причине сложно формирующихся отношений со сферой торговли, задолженности магазинов перед переработчиками, предприятия практиковали открытие фирменных торговых точек, бойкотирование – отказ от поставок товара в частную торговую сеть. В силу экономических обстоятельств на первом этапе реформирования рано говорить о прочно установившемся взаимодействии торговли с производителями. Но сфера торговли посредством либерализации получила импульс к развитию, увеличилось количество торговых точек. Было положено начало построению хозяйственных связей с предприятиями-поставщиками.

Постепенно происходило формирование торгового законодательства, но коммерсанты экономили на сертификации и пренебрегали исполнением правил торговли. Кроме того, в целях экономии ресурсов нередко были случаи уклонения предприятий торговли от налогов. Эти практики применялись только в кризисном положении и были нацелены на выживание предприятий в тяжелых условиях ограничения денежной массы и кризиса неплатежей.

Описанные процессы налаживания взаимодействия сферы торговли и предприятий пищевой промышленности в Томской области иллюстрируют картину, типичную для региональной экономики переходного периода. Механизмы взаимодействия, такие как неплатежи, открытие фирменных торговых точек, уклонение от налогов, являются универсальными для субъектов экономических отношений изучаемого периода. Процессы адаптации торговой сферы к рыночным отношениям проходили во многом по похожему сценарию для регионов России с некоторыми расхождениями во времени по причине различного регионального управления и экономической специфики регионов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Неплатежи в российской экономике и регионах / Золотарева А. [и др.]. М, 2001. 211 с.
2. Ханин Г.И., Фомин Д.А. Розничная торговля России: состояние и перспективы // Проблемы прогнозирования 2005. № 6. С. 84–103.
3. Салиев Ш.А. Качество и культура торгового обслуживания: эволюция подходов к определению научных понятий // Вестник РЭА. 2008. № 3. С. 104–108.
4. Дмитриенко Н.М. История Томска от основания до наших дней. Томск, 2004. 462 с.
5. О свободе торговли : указ Президента РФ от 29.01.1992 № 65 : (ред. от 16.05.1997) // СПС «КонсультантПлюс».
6. О мерах по либерализации цен : Указ Президента РСФСР от 03.12.1991 № 297 (ред. от 28.02.1995) // СПС «КонсультантПлюс».
7. И нечем прокормиться! // Красное знамя. 20.07.1992.
8. В Продолжение молочной темы // Красное знамя. 12.09.1992.
9. Несладкая жизнь «Конфетки» // Красное знамя. 18.06.1993.
10. Киселев А.А. Реформирование сферы торговли и общественного питания в Карелии (1991–1993 гг.) // Исторические науки и археология // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. 2016. № 5. С. 68–72.
11. Урожаева Т.П. Развитие торговли в городах Иркутской области в условиях переходной экономики (1990-е гг.) // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова. Общественные науки. 2014. № 2. С. 65–68.
12. А лавки просто открывались // Красное знамя. 16.11.1994.
13. Водочный бизнес – только по лицензиям // Томский вестник. № 108. 03.06.1992.
14. Большие столовых, хороших и частных. Обл. комитет гос. статистики // Красное знамя. 16.03.1995.
15. Кто виноват, что авоська пуста? // Красное знамя. 15.01.1994.
16. Нищие, которым должны полмиллиона // Красное знамя. 08.04.1994.
17. О дополнительных мерах по устранению недостатков в организации свободной торговли : Постановление Правительства РФ от 31.08.1992 № 649 // СПС «КонсультантПлюс».

18. О применении контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением : Закон РФ от 18.06.1993 № 5215-1 // СПС «КонсультантПлюс».
 19. Выводы о торговле // Красное знамя. 12.02.1995.
 20. Защити меня от прилавков // Красное знамя. 05.06.1995.
- Статья представлена научной редакцией «История» 8 июня 2021 г.

Organization of Retail in Tomsk Oblast in 1992–1995

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal, 2021, 472, 80–84.

DOI: 10.17223/15617793/472/10

Olga A. Glushchenko, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: olga.glushchenko.95@mail.ru

Keywords: transition economy; retail; entrepreneurship.

The article discusses the development of trade and entrepreneurship in the period of emerging market relations in 1992–1995 on the example of Tomsk Oblast. The aim of the article is to characterize the behavior of entrepreneurs in a transitional economy and the building of relationships between trade and food industry. To explore this issue, periodical materials of Tomsk Oblast, regulatory and legislative acts of the period were used. Using methods of historical research (systems analysis, the historical-genetic method), a number of conclusions about entrepreneurs' adaptation to the conditions of a market economy were made. This study provides examples of how businesses and trade responded to changes in the economy and highlights the adaptation mechanisms of food processing enterprises that were applied in other industries. In 1992–1995, entrepreneurs took advantage of opportunities that gave quick results, but were not suitable for the long term. This is justified by the fact that the emerging unstable economic situation and the formation of the legal framework required quick reactions from economic entities. The practice of opening branded outlets was widely used, excluding retail stores from the chain. The example of Tomsk Oblast shows the non-payment crisis of the first half of the 1990s, and the practice of overcoming it by Tomsk entrepreneurs. Among the trade enterprises in Tomsk, small ones prevailed, with up to 15 employees. The formation of the legal field lagged behind the rapidly developing economic relations, which entrepreneurs used for personal gain, for example, to fix prices, choose liquid product for sale. By the mid-1990s, basic retail norms had been formed; they were often neglected, leading to trade in substandard goods. At the first stage of the formation of market relations, it was not possible to build strong ties for trading entrepreneurs sought to obtain quick profits, used practices of integration into economic relations that were ineffective in the long term, and neglected the rules and requirements for trading activities. Based on this study, it can be concluded that the mechanisms and practices, relevant for Tomsk Oblast, that trading entrepreneurs used were in demand in other regions of the country since federal regulations formed a single legal framework for the development of economic relations.

REFERENCES

1. Zolotareva, A. et al. (2001) *Neplatezhi v rossiyskoy ekonomike i regionakh* [Non-Payments in the Russian Economy and Regions]. Moscow: [s.n.].
2. Khanin, G.I. & Fomin, D.A. (2005) *Roznichnaya trgovlya Rossii: sostoyanie i perspektivy* [Retail trade in Russia: state and prospects]. *Problemy prognozirovaniya*. 6. pp. 84–103.
3. Saliev, Sh.A. (2008) *Kachestvo i kul'tura trgovogo obsluzhivaniya: evolyutsiya podkhodov k opredeleniyu nauchnykh ponyatiy* [Quality and culture of trade service: evolution of approaches to the definition of scientific concepts]. *Vestnik REA*. 3. pp. 104–108.
4. Dmitrienko, N.M. (2004) *Istoriya Tomsk ot osnovaniya do nashikh dney* [History of Tomsk from the Foundation to the Present Day]. Tomsk: Tomsk State University.
5. Consultant Plus. (1997) *On Freedom of Trade: Decree of the President of the Russian Federation No. 65 of January 29, 1992: (edition of June 16, 1997)*. Moscow: Consultant Plus. (In Russian).
6. Consultant Plus. (1995) *On Measures to Liberalize Prices: Decree of the President of the RSFSR No. 297 of December 03, 1991 (edition of February 28, 1995)*. Moscow: Consultant Plus. Moscow: Consultant Plus. (In Russian).
7. *Krasnoe znamyaya*. (1992) *I nechem prokormit'sya!* [And there is nothing to feed with!]. 20 July.
8. *Krasnoe znamyaya*. (1992) *V Prodolzhenie molochnoy temy* [In continuation of the dairy theme]. 12 September.
9. *Krasnoe znamyaya*. (1993) *Nesladkaya zhizn' "Konfetki"* [The unsweetened life of "Konfetka"]. 18 June.
10. Kiselev, A.A. (2016) Trade and public catering reform of in Karelia (1991–1993). *Vestnik KGU im. N.A. Nekrasova*. 5. pp. 68–72. (In Russian).
11. Urozhaeva, T.P. (2014) Trade development in the cities of Irkutsk region in conditions of transition economy (1990s). *Vestnik Severo-Osetinskogo gosudarstvennogo universiteta im. K.L. Khetagurova*. – *Bulletin of the North Ossetian State University named after K.L. Khetagurov*. 2. pp. 65–68. (In Russian).
12. *Krasnoe znamyaya*. (1994) *A lavki prosto otkryvalis'* [And the shops just opened]. 16 November.
13. *Tomskiy vestnik*. (1992) *Vodochnyy biznes – tol'ko po litsenziyam* [Vodka business – only under licenses]. 108. 03 June.
14. *Krasnoe znamyaya*. (1995) *Bol'she stolovykh, khoroshikh i chastnykh*. Obl. komitet gos. statistiki [More canteens, good and private. Regional State Statistics Committee]. 16 March.
15. *Krasnoe znamyaya*. (1994) *Kto vinovat, chto avos'ka pusta?* [Who is to blame that the string bag is empty?]. 15 January.
16. *Krasnoe znamyaya*. (1994) *Nishchie, kotorym dolzhny polmilliona* [Beggars who are owed half a million]. 08 April.
17. Consultant Plus. (1992) *On additional Measures to Eliminate Deficiencies in the Organization of Free Trade: Decree of the Government of the Russian Federation No. 649 of August 31, 1992*. Moscow: Consultant Plus. (In Russian).
18. Consultant Plus. (1993) *On the Use of Cash Registers in the Implementation of Monetary Settlements with the Population: The Law of the Russian Federation No. 5215-1 of June 18, 1993*. Moscow: Consultant Plus. (In Russian).
19. *Krasnoe znamyaya*. (1995) *Vyvody o trgovle* [Conclusions about trade]. 12 February.
20. *Krasnoe znamyaya*. (1995) *Zashchiti menya ot prilavkov* [Protect me from the counters]. 05 June.

Received: 8 June 2021