

РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
Том 19 • Номер 1 • январь 2018
ISSN 1994-6937
Russian Journal of Entrepreneurship
издательство Креативная экономика

Роль торговли в системе товарного обращения

Красюк И.А. [1], *Мирзоева Д.Д.* [1]
[1] Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия

АННОТАЦИЯ:
В работе рассматривается изменение роли торговли в системе товарного обращения. Цель статьи – определение роли торговли в системе товарного обращения на основе изучения российского опыта. Будут применены такие приемы исследования, как оценка инновационного потенциала, стоимостной, факторный и стратегический анализ, методы монографического обследования, графической интерпретации. По мнению Шнорр Ж.П., состояние и развитие торговли в условиях глобализации обуславливает возрастание ее роли в системе товарного обращения. Развитие торговли оказывает влияние на изменение конкурентной ситуации, как справедливо отмечено Евстигнеевой Т.В., это способствует расширению области применения средств маркетинга в управлении торговыми предприятиями. Важным направлением повышения конкурентоспособности торговых предприятий является повышение качества торгового обслуживания, что было исследовано в работах Кадацкой Д.В. Постоянное совершенствование торговой деятельности, возрастание ее роли в системе товарного обращения позволяет обеспечить дифференциацию товарного предложения и насытить потребительский рынок отечественной продукцией. Эффективность деятельности торговых организаций зависит от стратегической оценки инновационной деятельности. Результаты исследования: выполненная сравнительная оценка операционной деятельности ведущих торговых продуктовых сетей розничной торговли X5 Retail Group и Магнит обосновывает необходимость инновационного развития. Делается вывод о том, что инновационное развитие торговли направлено на совершенствование торгово-технологических процессов и применение информационных технологий. Материалы могут быть полезны при разработке стратегии развития торговых предприятий.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: товарное обращение, торговля, торговые услуги, инновации в торговле.

The role of trade in the system of commodity circulation

Krasyuk I.A. [1], *Mirzoeva D.D.* [1]
[1] Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University (SPbPU), Russia

Введение

Роль торговли в экономике страны и в системе товарного обращения постепенно повышается, так как актуализируются задачи, которые выполняет внутренняя торговля на потребительском рынке страны. Торговля – это регулятор рыночных отношений, она – организатор операций купли продажи. Результативность торговых операций способствует повышению эффективности системы товарообращения.

Роль торговли в системе товарного обращения обусловила смену парадигмы развития торговли, переход с отраслевого принципа организации хозяйственных связей на территориальную организацию рынков [10].

Рынок – это сформировавшаяся система экономических отношений, складывающихся между продавцами (поставщиками товаров и услуг) и покупателями данных товаров и услуг (потребителями) [1] *(Bagiev, Tarasevich, 2010)*.

Динамичное развитие розничной торговли предопределяет обострение конкуренции и изменение характера конкурентной борьбы в этой сфере, что обусловливает необходимость применения средств маркетинга в управлении торговыми предприятиями [2]. Маркетинг в торговле позволяет определить изменения покупательского спроса, дифференцировать торговые предложения для различных групп потребителей, таким образом, создаются условия для диверсификации производства, развития товарного обращения.

Кроме того, применение маркетинга в торговле позволяет определить радиус функционирования торговых зон, изучить потребительские предпочтения, разработать различные маркетинговые программы, направленные на стимулирование продаж и повышение потребительской лояльности [6] *(Kolgan, 2009)*.

Эффективность торговой деятельности определяется признанием конкретного товара или торговой услуги на потребительском рынке, выражается посредством

ABSTRACT:

The paper discusses the changing role of trade in the system of commodity circulation. The purpose of the article is to determine the role of trade in the system of commodity circulation based on the study of Russian experience. Such research methods as evaluation of innovation potential, cost, factor and strategic analysis, methods of monographic examination, graphic interpretation will be applied. According to Shnorr J.P. opinion, the state and development of trade in the context of globalization causes an increase in its role in the system of commodity circulation. The development of trade has an impact on changing the competitive situation, as Evstigneeva T. V. rightly noted, this contributes to the expansion of the scope of marketing tools in the management of commercial enterprises. An important direction of improving the competitiveness of trade enterprises is to improve the quality of trade services, which was studied in the works of Kadatskaya D.V. Permanent improvement of trade activity, increase of its role in system of the commodity address allows to provide differentiation of the commodity offer and to saturate the consumer market with domestic production. The effectiveness of trade organizations depends on a strategic assessment of innovation. The results of the study are as follows: the comparative evaluation of the operating activities of the leading retail grocery retail chains X5 Retail Group and Magnit substantiates the need for innovative development. It is concluded that the innovative development of trade is aimed at improving trade and technological processes and the use of information technologies. Materials can be useful in developing strategies for the development of commercial enterprises.

KEYWORDS: commodity circulation, trade, trade services, innovations in trade

JEL Classification: F10, F19, L81, 031 **Received: 01.01.2018 / Published: 31.01.2018**

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Krasyuk I.A (iri-krasjuk@yandex.ru)

CITATION:

Krasyuk I.A, Mirzoeva D.D. (2018) Rol torgovli v sisteme tovarnogo obrascheniya [The role of trade in the system of commodity circulation]. Rossiyskoe predprinimatelstvo. 19. (1). – 245-256. doi: 10.18334/rp.19.1.38766

определения рентабельности розничного товарооборота, валового дохода, чистой прибыли, товарооборота на 1 кв. м торговой площади и товарооборота на одного торгово-оперативного работника [4]. Положительная динамика операционных показателей торговли свидетельствует о дальнейшем развитии взаимовыгодных партнерских отношений между торговыми компаниями и поставщиками товаров.

Для функционирования системы товарного обращения важным процессом является не только синергетика отношений хозяйствующих субъектов, но и реакция потребителей, которая во многом определяется качеством торгового обслуживания. Повышение качества торгового обслуживания на предприятиях розничной торговли, обеспечение его соответствия ожиданиям потребителей позволят повысить их конкурентоспособность и лояльность обслуживаемого населения [3].

Торговля выполняет важную задачу в системе функционирования товарного обращения, она реализует товары и в тоже время формирует портфель заказов промышленности и сельского хозяйства, взаимодействие с которыми нашло логическое продолжение в организации поставок товаров под маркой СТМ [5, 7, 9] *(Krymov, Kirillova, 2016; Krasyuk, Krymov, Medvedeva, Chernisheva, Lashko, 2017)*.

Конкуренция на рынке продовольствия должна быть добросовестной, справедливой и направленной на развитие рынка продовольствия по обеспечению населения страны высококачественными отечественными продовольственными товарами [8].

В настоящее время уже определились основные лидеры на потребительском рынке продовольственных товаров (*табл. 1*).

Анализируя информацию, представленную в *таблице 1*, можно сделать следующий вывод, что основными лидерами на рынке продуктового ритейла по-прежнему являются Магнит и X5 Retail Group. Магнит продолжает сохранять лидирующие позиции, однако его темп изменения выручки по итогам 2016 г. в два раза меньше, чем у его основного конкурента X5 Retail Group – 12,46 %. Это тревожная тенденция, которая свидетельствует, что приращение объема выручки произошло в основном экстенсивным путем за счет увеличения количества магазинов и роста торговой площади. Торговой сети «Магнит» для сохранения своих позиций необходимо сконцентрировать свои усилия на совершенствовании операционных процессов торговли, совершенствовании торгового обслуживания, внедрении торговых инноваций.

Развитие торговли предполагает постоянное совершенствование торгово-технологических процессов, оказание высококачественных торговых услуг, дифференциацию

ОБ АВТОРАХ:

Красюк Ирина Анатольевна, профессор, доктор экономических наук, профессор, заместитель директора по НИР высшей торгово-экономической школы (iri-krasjuk@yandex.ru)

Мирзоева Дарья Дмитриевна, магистр направления 38.04.06 «Торговое дело» (khudik_dasha95@mail.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Красюк И.А, Мирзоева Д.Д. Роль торговли в системе товарного обращения // Российское предпринимательство. – 2018. – Том 19. – № 1. – С. 245-256. doi: 10.18334/rp.19.1.38766

Таблица 1

Информация о результатах деятельности 7 крупных продуктовых ритейлеров России

Наименование торговой сети	Выручка за 2016 год, млрд руб.	Выручка за 2015 год, млрд руб.	Изменения	Численность персонала	Количество магазинов
Магнит	1069,1	950,61	12,46	271 369	14 059
X5 Retail Group	1033,6	808,8	27,79	174 615	9 187
Ашан	410	403	1,74	147 000	301
Дикси	311,2	272,3	14,3	60 000	2 802
Лента	306,4	252,8	21,2	34 134	240
О`КЕЙ	172,5	162,5	7,6	34 134	240
Семья	80,0	74,3	7,7	16 000	468

Источник: [15].

товарного предложения, насыщение потребительского рынка отечественной продукцией, что актуализирует вопросы, связанные с интеграцией и инновационным развитием торговых сетей.

Сравнительная оценка деятельности ведущих торговых продуктовых сетей розничной торговли X5 Retail Group и Магнит

Эффективность деятельности торговых организаций зависит от стратегической оценки инновационной деятельности, которая позволяет:

– выявить ресурсы по оптимизации операционных затрат;

–систематизировать объем управленческой информации;

–повысить качество принимаемых стратегических и управленческих решений;

–укрепить рыночные позиции компании.

Сравнительная оценка деятельности X5 Retail Group и Магнит приведена в *таблице 2*.

Анализируя данные *таблицы 2,* можно сделать вывод о том, что лидером розничного рынка по итогам 2016 г. является Магнит. Однако если из совокупного товарооборота сети «Магнит» убрать товарооборот «Магнит Косметик», то лидером в сфере продуктовой розницы является компания X5 Retail Group. Анализируемые торговые сети имеют экономические ресурсы для дальнейшего развития, что проявляется в совершенствовании логистики, формировании ассортиментного портфеля, развитии региональной дислокации и мультиформатности деятельности. Реализация торговых инноваций будет способствовать созданию единой информационной системы розничных бизнес-процессов. Бизнес-процессы должны базироваться на проработанной нормативной базе, в результате станет возможным внедрение многофункциональных информационных систем. Вопрос рыночного лидерства на рынке продуктового ритейла актуализирует вопросы информационного обеспечения системы товарного обращения и осуществления инновационной деятельности в торговле. В конкурент-

Таблица 2

Сравнительная оценка деятельности X5 Retail Group и Магнит

Наименование показателя	X5 Retail Group [12]	Магнит [13]
Товарооборот, млрд руб.	1033,6	1069,1
Количество магазинов	9 187,0	14 059,0
Торговая площадь, тыс. м^2	4 301,0	5 068,0
Товарооборот на 1 м^2 торговой площади, руб.	49 538,0	51 862,0
Режим работы	10.00 – 23.00	10.00 – 23.00
Покупательский поток, млрд. человек	3,072	3,8
Форматность сети	8 363 в формате магазин у дома «Пятерочка», 539 супермаркета «Перекресток», 91 гипермаркет «Карусель», 194 магазина «Экспрессо»	10 521 в формате «магазин у дома», 237 гипермаркетов, 194 супермаркета «Магнит Семейный», 3 107 магазинов дрогери
Количество сотрудников	174 615	271 369
Реализуемые инновации компании	-установка касс самообслуживания, -создание собственной геоинформационной системы для оценки инвестиционного потенциала	- установка касс самообслуживания
Характеристика операционной деятельности	Компания имеет 2318 собственных грузовых автомобилей. В 2016 г. X5 Retail Group и ПАО «КАМАЗ» подписали соглашение о сотрудничестве, по условиям которого компания закупает грузовую технику. Является членом программы «Корзина доброты» для населения с низким уровнем дохода и для детей сирот. Внедряет социальную программу «Электронный сертификат» для уязвимой категории. Предоставляет подарочные наборы для пенсионеров и ветеранов	Имеет собственную дистрибьюторскую сеть, включающую 34 распределительных центра, а также автопарк, в котором находится около 6000,0 автомобилей. С 2016 г. компания увеличила штрафы в несколько раз за нарушение сроков поставки и согласованных объемов поставляемой продукции. Установлены специальные места для проведения промоакций с целью стимулирования продаж, потребителей привлекают рекламной подарочной продукцией от сети, а также развивают собственную торговую марку

Источник: составлено авторами.

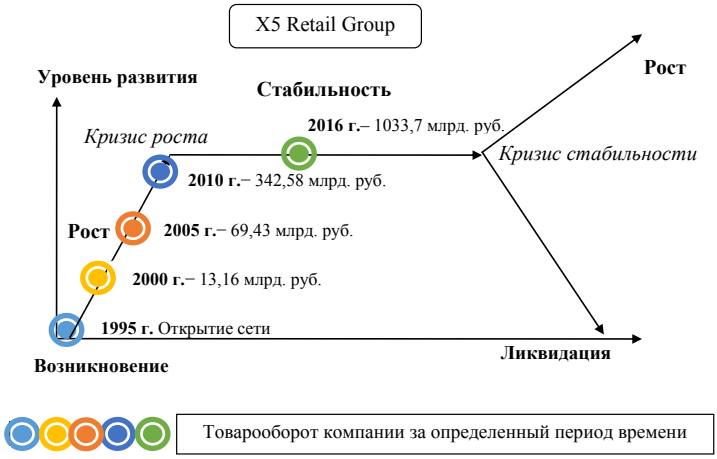


Рисунок 1. Жизненный цикл X5 Retail Group
Источник: составлено авторами на основании [12].

ной борьбе удержать свои позиции сможет торговая сеть, ориентированная на инновационный путь развития и применение современных инновационных технологий, логистика, которой вписывается в систему эффективного функционирования товарного обращения города, региона, страны.

Оценка деятельности X 5Retai Group

Рассмотрим на примере X5 Retai Group развитие розничной торговли в Российской Федерации. X5 Retail Group – одна из ведущих мультиформатных торговых сетей, дата создания 2006 г. Проанализируем жизненный цикл X5 Retail Group (*рис. 1*).

История развития X5 Retail Group. В 1995 году открылся первый магазин «Перекресток» в Москве, в то время как торговая сеть «Пятерочка» была основана только в 1999 году. Слияние двух сетей произошло в 2006 году, и компания получила название X5 Retail Group. В 2008 году X5 Retail Group приобретает сеть гипермаркетов «Карусель». На данном этапе жизненного цикла X5 Retail Group определила свои ключевые направления деятельности и предложила ассортимент товаров, в котором нуждается потребитель. Реализуемая стратегия развития была ориентирована на открытие новых форматов («магазин у дома» и «гипермаркет») и расширение ассортимента сети, компания продолжила региональное развитие.

В настоящее время компания находится на стадии зрелости, на данном этапе жизненного цикла у X5 Retail Group стабилизируется уровень продаж, что вызвано насыщением потребительского рынка и высоким уровнем конкуренции. Благодаря реализации стратегии мультиформатности X5 Retail Group и внедрению торговых инноваций, компания по состоянию на 31 декабря 2016 г. продемонстрировала высо-

кие темпы роста (выручка составила 1,033 трлн. руб.). Главной задачей X5 Retail Group является удержание своих позиций на рынке продуктовой розницы. Сеть управляет магазинами под следующими брендами: «Пятерочка» – формат «магазин у дома», «Перекресток» – формат «супермаркет» и «Карусель» – формат «гипермаркет».

Инновационная деятельность для X5 Retail Group – это максимальное повышение эффективности торговых и логистических операций посредством внедрения передовых информационных технологий, а также активное управление персональными предложениями для покупателей и создание новых предложений для них.

Стратегической целью X5 Retail Group, в соответствии со Стратегией развития торговли РФ на 2015–2016 годы и период до 2020 года, является развитие комфортабельной среды как для производителей товаров и услуг, так и для субъектов торговой деятельности путем формирования и внедрения инноваций в мультиформатную инфраструктуру торговли, с помощью стимулирования роста различных форм коммерческой активности [14].

Рассмотрим основные финансовые показатели компании, которые представлены в *таблице 3*.

Анализ показателей, представленных в *таблице 3*, позволяет сделать вывод о том, что по итогам 2016 г. X5 Retail Group вернула себе позиции лидера российской продуктовой розницы, рост выручки сети составил 27,8% (1 033 667 млн руб.), он является самым высоким за всю историю существования компании.

Для определения инновационного потенциала X5 Retail Group будем использовать методику, разработанную Юдниковой Е.С., Халезовым В.Н. [11] *(Yudnikova, Khalezov, 2010)*. Следует отметить, что компании имеют сильный инновационный потенциал, но

Таблица 3

Финансовые показатели X5 Retail Group за 2015 – 2016 гг.

Наименование показателя	Значение, млн. руб.		Отклонения 2015 от 2016, млн руб.
	2015	2016	
Чистая выручка	808 818	1 033 667	224 849
Валовый доход	198 390	249 985	51 595
Прибыль до налогообложения	17 930	28 653	10 723
Операционная прибыль	34 449	45 631	11 182
Чистая прибыль	14 174	22 291	8 117
EBITDA	55 233	76 267	21 034
Активы компании	402 115	473 485	71 370
Чистый финансовый долг	135 257	137 843	2 586
Собственный капитал	104 718	127 040	22 322
Денежные средства и их эквиваленты	8 958	18 190	9 232

Источник: [12].

не могут эффективно его использовать. Проблема, прежде всего, заключается в отсутствии комплексных исследований, концептуальных подходов и методологических разработок при изучении инновационного потенциала, а также его эффективности (*табл. 4*).

Анализируя данные *таблицы 4*, можно сделать вывод, что торговая сеть нацелена на удержание позиций на рынке розничной торговли. Эксперты достаточно высоко оценили проводимую ассортиментную политику (18 из 20); научно-технический потенциал имеет перспективу роста (17 из 20).

Рассмотрим инновации, которые использует розничная торговая сеть X5 Retail Group:

1. X5 Retail Group является отраслевым лидером по инвестициям в IT-инфраструктуру, она осуществляет перевод капитальных затрат (CAPEX) в операционные (OPEX), что достигается по мере развития облачных технологий.

2. SAP HANA – платформа данных и приложений для ведения бизнеса в реальном времени, позволяющая упростить анализ больших данных на единой платформе без дублирования. X5 Retail Group является лидером по внедрению SAP в России.

Таблица 4

Оценка инновационного потенциала X5 Retail Group

Внутренние ресурсы (25 из 30)		Внешние ресурсы (21 из 25)	
Темпы обновления ассортимента	4	Перспективы развития потребительского рынка	5
Система сбыта товаров/услуг	3	Уровень конкуренции	5
Уровень организации торгового предприятия	4	Затраты на продвижение товаров	4
Репутация торгового предприятия	5	Тенденции изменения спроса	3
Связи торгового предприятия с покупателями	4	Стабильность спроса	4
Финансовое и экономическое положение предприятия	5		
Научно-технический потенциал (17 из 20)		Товары (18 из 20)	
Совершенствование торгового процесса	4	Цена	5
Методы планирования, учета и управления	4	Функциональные и потребительские свойства	5
Уровень обновления торгового оборудования	4	Соответствие стандартам	4
Замена устаревших программных продуктов, информационных систем	5	Дизайн изделия	4

Источник: составлено авторами.

Благодаря данной информационной платформе осуществляется мобильная быстрая печать ценников и сверхоперативная отчетность, позволяющая анализировать чеки и транзакции за несколько месяцев.

3. Разработчик собственной геоинформационной системы для оценки инвестиционного потенциала открытий новых магазинов и сделок.

4. Лидер во внедрении технологий EDI – автоматизации процессов взаимодействия с поставщиками. EDI – это безопасный обмен финансовой, коммерческой, логистической документацией в виде стандартного структурированного электронного документа непосредственно между учетными системами бизнес партнеров.

X5 Retail Group при взаимодействии с поставщиками ориентируется не только на закупку товаров для их реализации в магазинах, но и помогает поставщикам решать такие задачи, как:

1. Увеличение объема продаж продукции посредством:
- обеспечения спроса на товары, который был бы устойчив к сезонным колебаниям;
- обеспечения достаточного уровня продаж новой продукции и привлечения новых покупателей;
- наиболее эффективного воздействия на потребителей в магазинах (точках продаж);
- увеличения географического присутствия.

2. Мерчендайзинг, уменьшение затрат на «пиар» и рекламу, а также коммуникации с потребителями за счет:
- высокого качества реализуемой продукции, а, следовательно, и хорошего имиджа магазина;
- соответствия единому стандарту выкладки и продвижения товаров;
- увеличения числа лояльных покупателей.

3. Выход на новый уровень управления ассортиментом товара, затратами на производство, товарными запасами, хранение, доставку и продажу продукции, которая пользуется спросом у покупателей за счет:
- знания конъюнктуры рынка и его ценовой политики;
- наличия полной и достоверной информации о реализации товаров потребителями.

Деятельность торговых компаний направлена на обеспечение взаимодействия сферы производства и товарного обращения. Благодаря данному экономическому взаимодействию осуществляется кругооборот капитала, развивается производство, функционирует потребительский рынок.

Ведущая роль торговли в сфере товарного обращения отражает маркетинговую ориентацию развития предприятий, их направленность на интересы потребителя.

Заключение

1. Торговля выполняет важную задачу в функционировании экономики, она реализует товары и в тоже время формирует портфель заказов промышленности и сель-

ского хозяйства, взаимодействие с которыми нашло логическое продолжение в организации поставок товаров под маркой СТМ.

2. Торговля потребительскими товарами в рыночных условиях предусматривает постоянное совершенствование торгово-технологического процесса. Осуществление торговой деятельности базируется на оказании комплекса торговых услуг.

3. В настоящее время развитие розничной торговой деятельности в России осуществляется за счет продолжающейся региональной экспансии, консолидации, повышения степени концентрации торговых точек в регионах. Вместе с этим, торговая отрасль в целом остается одним из наиболее крупных секторов экономики страны

4. Выполненная оценка операционной деятельности торговых сетей Магнит и X5 Retail Group обосновывает необходимость инновационного развития, применения современных информационных технологий. Применение единой информационной системы позволит упростить розничные бизнес-процессы осуществления торговой деятельности и создаст условия для осуществления инновационной.

5. Оценка инновационного потенциала X5 Retail Group показала, что

торговая сеть нацелена на удержание конкурентных позиций на рынке розничной торговли. Эксперты достаточно высоко оценили проводимую ассортиментную политику (18 из 20); научно-технический потенциал имеет перспективу роста (17 из 20), что позволит в дальнейшем продолжать реализовывать концепцию развития умного магазина.

6. Очевидно, что роль торговли в организации и функционировании системы товарного обращения, в части обеспечения населения продуктами питания, будет возрастать. Консолидирующая роль розничной торговли в системе товарного обращения будет направлена на обеспечение ритмичности функционирования потребительского рынка, обеспечение инновационного характера развития торговых сетей и новых форм взаимовыгодного сотрудничества с поставщиками товаров.

ИСТОЧНИКИ:

1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг. - СПб., 2010. – 576 с.
2. Евстигнеева Т.В. Маркетинг отношений на предприятиях розничной торговли: автореф. канд. экон. наук. ГОУ ВПО «Ульяновский государственный технический университет». 2008. 24 с
3. Кадацкая Д.В. Повышение качества торгового обслуживания в предприятиях розничной торговли потребительской кооперации: автореф. канд. экон. наук. АНО ВПО «Белгородский университет кооперации, экономики и права». Белгород. 2013.25 с
4. Красюк И.А., Дубищева Е.Е. Научно-прикладные рекомендации по организации маркетингового управления торгово-технологической системой в розничной торговле. / монография. - Ростов н/Д: Донской государственный технический университет, 2015. – 155 с.

5. Крымов С.М., Кириллова Т.В. Методика оценки эффективности системы мерчандайзинга предприятия розничной торговли // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 10-2 (75-2). – с. 621-627.
6. Кольган М.В. Активизация маркетинговых инноваций, как результат кризисных процессов // Актуальные проблемы совершенствования экономико-правовых и социально-политических сфер общества в современной России: Сб. научн. труд. молодых ученых по материалам межвузовской научн-практ. конф. 2009. – с. 60-65.
7. Krasyuk I.A., Krymov S.M., Medvedeva Yu.Yu., Chernisheva A.M., Lashko S.I. Marketing management in retail chains // International Journal of Applied Business and Economic Research. – 2017. – № 12. – p. 83-91.
8. Лавриков Ю.В. Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка: дис. канд. экон. наук. Москва. 2014. 142 с
9. Медведева Ю.Ю. Собственные торговые марки как инструмент маркетинговой стратегии торговых розничных сетей: автореф. канд. экон. наук. Кубанский государственный университет. Краснодар. 2011. 26 с
10. Шнорр Ж.П. Состояние и развитие торговли территории в условиях глобализации: теория, методология, практика: автореф. док. экон. наук. НОУ ВПО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации». Красноярск. 2015. 42 с
11. Юдникова Е.С., Халезов В.Н. Обеспечение направлений формирования инновационного потенциала торговой предпринимательской структуры. / научн. изд. - СПбТЭИ. СПб.: ТЭИ, 2010. – 104 с.
12. Официальный сайт X5 Retail Group. [Электронный ресурс]. URL: http://www.x5.ru (дата обращения: 11.12.2017).
13. Официальный сайт Магнита. [Электронный ресурс]. URL: http://magnit-info.ru (дата обращения: 11.12.2017).
14. Приказ Минпромторга России от 25.12.2014 №2733 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015 - 2016 годы и период до 2020 года»
15. 7 самых крупных продуктовых ритейлеров России. Бизнес портал. Фабрика манимейкеров. [Электронный ресурс]. URL: http://moneymakerfactory.ru/spravochnik/produktovyie-riteyleryi-rossii-top7/ (дата обращения: 11.12.2017).

REFERENCES:

Bagiev G.L., Tarasevich V.M. (2010). Marketing [Marketing] (in Russian).
Kolgan M.V. (2009). Aktivizatsiya marketingovyh innovatsiy, kak rezultat krizisnyh protsessov [Activation of marketing innovations as a result of crisis processes] Actual problems of improvement of economic-legal and social-political spheres of society in modern Russia. 60-65. (in Russian).

Krasyuk I.A., Dubischeva E.E. (2015). Nauchno-prikladnye rekomendatsii po organizatsii marketingovogo upravleniya torgovo-tekhnologicheskoy sistemoy v roznichnoy torgovle [Scientific and applied recommendations on organization of marketing management of trade and technological system in retail trade] (in Russian).

Krasyuk I.A., Krymov S.M., Medvedeva Yu.Yu., Chernisheva A.M., Lashko S.I. (2017). Marketing management in retail chains International Journal of Applied Business and Economic Research. 15 (12). 83-91.

Krymov S.M., Kirillova T.V. (2016). Metodika otsenki effektivnosti sistemy merchandayzinga predpriyatiya roznichnoy torgovli [Methods of assessing the effectiveness of the system of merchandising retailers].Journal of Economy and Entrepreneurship. (10-2 (75-2)). 621-627. (in Russian).

Yudnikova E.S., Khalezov V.N. (2010). Obespechenie napravleniy formirovaniya innovatsionnogo potentsiala torgovoy predprinimatelskoy struktury [Provision of directions of formation of innovative potential of trade business structure] (in Russian).