

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 8, №3 (2016) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol8-3>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/122EVN316.pdf>

Статья опубликована 06.07.2016.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Рычкова Е.С., Тафинцева Т.В. Оценка тенденций развития розничной торговли в Амурской области // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №3 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/122EVN316.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 33

Рычкова Евгения Сергеевна

ФГБОУ ВПО «Амурский государственный университет», Россия, Благовещенск¹

Доцент кафедры «Коммерции и товароведения»

Кандидат экономических наук

E-mail: jenuyaamur@rambler.ru

Тафинцева Татьяна Викторовна

ФГБОУ ВПО «Амурский государственный университет», Россия, Благовещенск

Студент

E-mail: lacrimosa3241@mail.ru

Оценка тенденций развития розничной торговли в Амурской области

Аннотация. Объектом представленного в статье исследования является розничная торговля, предметом – основные факторы, влияющие на развитие розничной торговли региона. Целью исследования определена оценка тенденций развития розничной торговли в Амурской области.

Актуальность исследования обусловлена тем, что торговля для Амурской области является одним из наиболее перспективных секторов экономики. Активное развитие торговли в регионе обуславливается так же близостью с КНР, а приграничное расположение региона обуславливает высокую концентрацию торгово-посреднических организаций. Автором выполнен сравнительный анализ основных экономических показателей, характеризующих динамику товарооборота розничной торговли; определена доля малых и средних предприятий, участвующих в формировании товарооборота региона; проведена оценка обеспеченности населения Амурской области торговыми площадями. Также определены направления деятельности федеральных торговых сетей на потребительском рынке Амурской области и основные факторы, определяющие привлекательность региональных рынков - реализация региональных и федеральных программ Амурской области предполагает увеличение объема товарооборота и усиление экономического и социального развития торговой отрасли. В статье представлен вывод по результатам оценки основных тенденций развития розничной торговли на рынке Амурской области.

Ключевые слова: торговая деятельность; ритейлеры; экономические показатели; розничная торговля; локальные и федеральные торговые сети; товарооборот; региональный рынок

¹ 675027, Амурская область, г. Благовещенск, Игнатьевское шоссе, 21

Современное развитие розничной торговли в Амурской области, определяется, прежде всего, совершенствованием организации торгово-технологических процессов, появлением новых, эффективных форм и методов продажи товаров, активным ростом торговых площадей, формированием и развитием крупных торговых сетей, что неизбежно ведет к качественным изменениям в области оказания торговых услуг. [1]

Амурская область является одним из немногих регионов, где количество торговых площадей на одного жителя значительно превышает установленный норматив и данный показатель неуклонно растет. Это может объясняться тем, что особенностью развития торгового предпринимательства в Амурской области является значительная зависимость от поставок товаров из других регионов, а также от импорта из Китайской Народной Республики [2], что создает благоприятные условия для формирования и развития сетевого рынка.

Торговля для Амурской области является одним из наиболее перспективных секторов экономики. Активное развитие торговли в регионе обуславливается так же близостью с КНР, а приграничное расположение региона обуславливает высокую концентрацию торгово-посреднических организаций [3].

Развитие розничной торговли имеет огромную значимость для Амурской области с точки зрения удовлетворения потребительского спроса населения, создания дополнительных рабочих мест, роста доли услуг в структуре валового регионального продукта, поступлений в бюджетную систему региона (темп роста налоговых поступлений в консолидированный бюджет Амурской области в 2014 году по сравнению с аналогичным периодом 2013 года составил 108,7%, одним из источников поступлений являются налог на прибыль организаций (9,9%)).²

Оборот розничной торговли по сравнению с 2013 годом увеличился на 3,7% и составил 132,8 млрд. рублей. На долю оборота розничной торговли Амурской области в 2014 году приходилось 12,7% всего оборота розничной торговли Дальневосточного федерального округа и 0,5% - Российской Федерации.³

По данным Представительства Министерства иностранных дел РФ в г. Благовещенске, объем валового регионального продукта в Амурской области в 2014 году составил 271,1 млрд. руб. На долю оптовой и розничной торговли в объеме ВРП приходится 10% Это говорит о том, что торговля является одной из ключевых составляющих предпринимательской деятельности и экономики региона в целом.

Динамика товарооборота Амурской области за 2012-2015 составлена автором и представлена на рисунке 1.

² Федеральная налоговая служба. Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn28/news/activities_fts/4980266/ (дата обращения 6.06.2016).

³ Министерство внешнеэкономических связей, туризма и предпринимательства Амурской области. Режим доступа: <http://www.vstamur.ru/activity/consumer-market/retail> (дата обращения 6.06.2016).

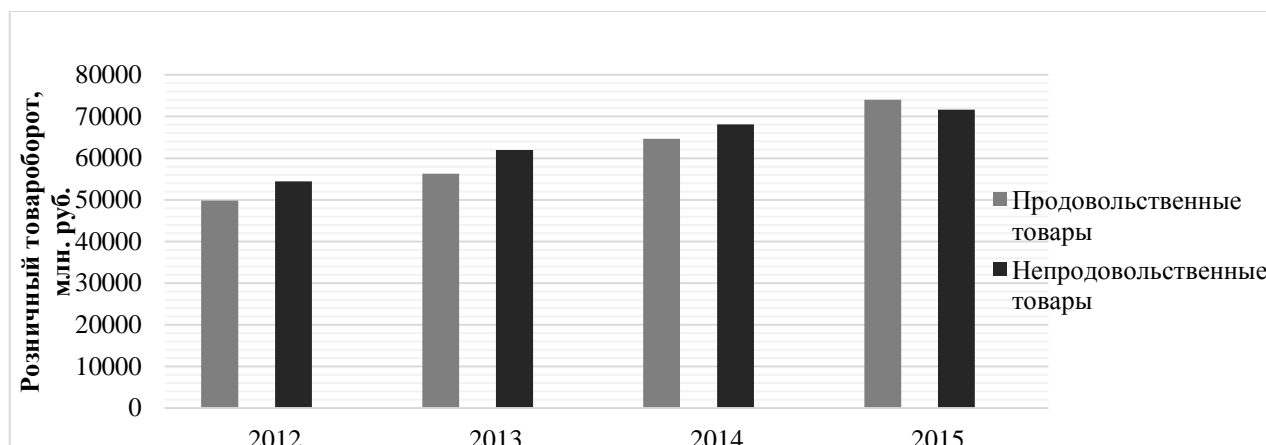


Рисунок 1. Динамика розничного товарооборота 2012 – 2015 гг.

Средний темп роста розничного товарооборота в Амурской области за период 2009-2013 г. составил 14%. Доля непродовольственных товаров в структуре до 2015 года превышала долю продовольственных товаров.

Основную часть оборота розничной торговли в Амурской области формируют торгующие организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в стационарной торговой сети – 99,4%, доля рынков и ярмарок составила 0,6%. При этом оборот торгующих организаций и индивидуальных предпринимателей по сравнению с 2013 годом увеличился на 4,1%, объем продаж на рынках и ярмарках снизился на 33,7%. [4]

В 2015 году прослеживается тенденция увеличения числа организаций розничной торговли на 6,4%. В Таблице 1, составленной автором, отражено изменение количества хозяйствующих субъектов, занятых в сфере торговли.

Таблица 1
Число хозяйствующих субъектов торговли в Амурской области в 2010-2015 гг.⁴

| Показатель | Относительное отклонение, % | | | |
|---|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2012 г. к 2011 г. | 2013 г. к 2012 г. | 2014 г. к 2013 г. | 2015 г. к 2014 г. |
| Количество организации розничной торговли, в том числе: | 96,2 | 100,1 | 104,9 | 106,4 |
| розничная торговля в неспециализированных магазинах | 94,4 | 95,7 | 98,3 | 103,7 |
| розничная торговля пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в специализированных магазинах | 91,9 | 95,4 | 104,0 | 101,4 |
| розничная торговля фармацевтическими и медицинскими товарами, косметическими и парфюмерными товарами | 105,9 | 97,6 | 106,5 | 106,1 |
| прочая розничная торговля в специализированных магазинах | 101,8 | 112,1 | 114,3 | 113,2 |
| розничная торговля вне магазинов | 105,1 | 129,3 | 111,3 | 118,6 |

В настоящее время торговля занимает лидирующее положение среди прочих отраслей экономики по количеству функционирующих предприятий. [5] На данный момент в Амурской области свою деятельность осуществляют 1217 организаций, занятых в сфере

⁴ Данные приведены на основе Статистического регистра предприятий и организаций всех форм собственности и хозяйствования области по данным налоговых органов.

розничной торговли. В период с 2011 по 2014 год наблюдалось незначительное снижение числа объектов розничной торговли в неспециализированных магазинах, к 2015 году их число возросло. Темп роста количества специализированных магазинов составил 13%.

Наибольший вклад в обороте малых и средних предприятий приходится на предприятия оптовой и розничной торговли (соответственно 51,3% и 59,9%).⁵

Малый бизнес в торговле играет важную роль в формировании оборота розничной торговли. По количеству малых предприятий торговля занимает лидирующие позиции по сравнению с другими отраслями экономики. Именно малые и средние торговые предприятия часто первыми начинают продажи новых товаров, производители которых еще не достигли необходимого масштаба для создания широкой дистрибуции и выхода в розничные сети. Таким образом, наличие достаточно большого количества малых и средних торговых предприятий и их предпринимательские инициативы серьезно стимулируют развитие внутреннего производства.⁶ Чтобы выдержать жесточайшую конкуренцию или уйти от нее предприниматель ищет новые рынки сбыта продукции или же новое инвестиционное пространство, на территории которого использование ресурсов ограничено в меньшей степени. [6]

Одним из ключевых показателей, позволяющих оценить уровень развития торговой деятельности, является достижение нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов.

В Таблице 2 приведены данные о нормативной и фактической обеспеченности населения Амурской области торговой площадью. [7]

Таблица 2

Обеспеченность населения Амурской области торговой площадью за период 2012-2014 гг.

| Показатели | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Абсолютное отклонение | | | Относительное отклонение, % | | |
|---|---------|---------|---------|---------|-----------------------|-------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|-------------------|
| | | | | | 2014 г. к 2012 г. | 2014 г. к 2013 г. | 2015 г. к 2014 г. | 2014 г. к 2012 г. | 2014 г. к 2013 г. | 2015 г. к 2014 г. |
| | | | | | г. | г. | г. | г. | г. | г. |
| Норматив обеспеченности населения торговыми площадями на 1000 жителей, м ² | 412 | | | | - | - | - | - | - | - |

⁵ Правительство Амурской области. Режим доступа: <http://www.vstamur.ru/files/vst/upload/2016/> (Дата обращения 6.06.2016).

⁶ Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2014-2016 годы и период до 2020 года. Режим доступа: http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Proekt_Strategii_razvitiya_torgovli.docx (Дата обращения 6.06.2016).

| Показатели | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Абсолютное отклонение | | | Относительное отклонение, % | | |
|--|------------|------------|------------|------------|--|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| | | | | | 2014 г. к 2012 г. | 2014 г. к 2013 г. | 2015 г. к 2014 г. | 2014 г. к 2012 г. | 2014 г. к 2013 г. | 2015 г. к 2014 г. |
| | | | | | Обеспеченность населения торговыми площадями на 1000 жителей, м ² | 683 | 733 | 784 | 808 | 101 |
| Уровень обеспеченности торговыми площадями от норматива, % | 165,8 | 177,9 | 190,3 | 196,1 | 12,1 | 12,4 | 5,8 | - | - | - |

Анализ статистических данных, предоставленных Министерством внешнеэкономических связей, туризма и предпринимательства Амурской области показал, что на конец 2015 г. на тысячу жителей Амурской области приходилось 808 м² торговой площади. По сравнению с 2014 года фактическая обеспеченность населения торговыми площадями увеличилась почти на 3%, а относительно 2013 года – на 7%. В результате анализа было выявлено, что фактическое количество торговых площадей превышает установленный норматив почти в 2 раза.

Несмотря на то, что все городские и муниципальные образования уже обеспечены торговой площадью выше норматива, продолжается строительство новых торговых объектов. Так, в 2016 году планируется открытие спортивно-развлекательного комплекса общей площадью 14 тыс. м² и торгового комплекса площадью 25 тыс. м² [7]

Оценка деятельности торговых сетей на рынке неразрывно связана с изучением уровня развития торговли в регионе.

В настоящее время Россия является одной из самых привлекательных стран для международных розничных сетей, которые чутко реагируют на положительные изменения в российской экономике и рост потребительского сектора. [8] Сейчас возникли и продолжают формироваться определенные тенденции проникновения торговых сетей в дальневосточные регионы России. Дальний Восток в силу своего географического положения удобен для торговли со всеми странами Азиатско-Тихоокеанского региона. [9] Основным стимулом является усиление конкуренции, в следствии выхода на рынки центральной части страны зарубежных ритейлеров. Освоение новых региональных рынков позволяет торговым сетям диверсифицировать риски, укрепить имидж компании и получить конкурентное преимущество за счет быстрого завоевания рыночной ниши.

На долю оборота торговых сетей в 2014 году приходилось 13,2% оборота розничной торговли области (в 2013 г. - 12,6%), при этом физический объем оборота этих сетей в сопоставимых ценах вырос по сравнению с 2013 годом на 7,5%.⁷

⁷ Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2014-2016 годы и период до 2020 года. Режим доступа: http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Proekt_Strategii_razvitiya_torgovli.docx (Дата обращения 6.06.2016).

Под торговой сетью понимается «совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации».

Все преимущества торговых сетей основываются на экономии, которая возникает от централизованного управления более чем одним подразделением и роста объема продаж, связанного с ростом количества торговых точек. С экономической точки зрения, существование торговых сетей имеет ряд важных преимуществ: снижаются накладные расходы за счет введения централизованных служб управления, снабжения, транспорта, учета и др. В то же время основные недостатки присущие торговым сетям, вызваны проблемами, раздельного управления различными торговыми точками.

Основными технологиями развития и укрепления торговых сетей становятся установление прямых контактов с производителями товаров, диверсификация форматов торговли, вложение средств в брендинг и маркетинговые исследования, создание эффективной системы управления потребительским рынком для более полного удовлетворения спроса на товары и услуги. [10] Повышение уровня конкурентоспособности отечественных розничных торговых сетей зависит от эффективного управления системой взаимодействия исследуемой сетевой структурой и конечным потребителем. [11]

Большую роль для развития региона играет социально-экономическая значимость деятельности объектов торговых сетей. Торговые сети входят в состав крупных и средних организаций розничной торговли. В Таблице 3 отражены основные экономические показатели по крупным, средним и малым организациям розничной торговли. [4]

Таблица 3

Основные экономические показатели по крупным, средним и малым организациям розничной торговли по состоянию на 01.01.2015 год.

| Показатель | Организации розничной торговли | |
|---|--------------------------------|---------|
| | крупные и средние | малые |
| Число организаций (на 01.01.2015 г.), ед. | 71 | 125 |
| Среднесписочная численность работников, человек | 4356 | 3081 |
| Среднемесячная начисленная заработная плата, рублей | 20201,8 | 12606,2 |
| Оборот розничной торговли, млн. рублей | 17411,7 | 6776,9 |

Очевидно, что деятельность таких организаций не только предоставляет населению большую часть рабочих мест, но и относительно высокую заработную плату. Высокая социальная ответственность предприятий розничной торговли заключается в умении управлять как качеством предложенных к реализации товаров, так и в обеспечении высокого уровня качества торговых услуг.

Как было показано выше, в структуре оборота розничной торговли заметно преобладание доли непродовольственных товаров над продовольственными.

Рынок непродовольственной розницы имеет крайне низкую степень консолидации. Существует огромный потенциал для развития сетевой розницы в регионах. Ведущие международные компании в таких сегментах торговли, как одежда и обувь, имеют все возможности для открытия в городах России существенной доли новых европейских точек.⁸

⁸ Розничные сети: степень развития в России / аналитическое исследование ассоциации CBRE [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.shopandmall.ru/files/MagMag-retail-chainsRF.pdf>. (Дата обращения 5.06.2016).

Розничная торговля непродовольственными товарами в Амурской области все больше приобретает специализированную направленность. Расширяется сеть магазинов по торговле обувью, одеждой, мебелью, бытовой техникой, компьютерами, стройматериалами, канцелярскими товарами и т.д.⁹

Согласно классификации торговых сетей, работающих в России, торговые сети по охвату делятся на глобальные, федеральные и локальные. [12]

На рынке непродовольственных товаров в Амурской области свою деятельность осуществляют такие федеральные торговые сети, как «DNS», «М.Видео», «Л'Этуаль», «Спортмастер», «Эльдорадо», «Связной», «Евросеть». Все эти сети входят в состав рейтинга крупнейших ритейлеров в России в 2015 году, составленный компанией Infoline.¹⁰

Рынок бытовой техники – один из самых перспективных и быстроразвивающихся в отечественной экономике. По данным Ассоциации торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники РАТЭК, российский рынок бытовой техники и электроники по уровню развития намного опережает другие сегменты рынка.

В России крупнейшими ритейлерами на рынке бытовой техники и электроники являются такие компании, как «М.Видео», «Эльдорадо», «Техносила», «MediaMarkt». В Амурской области из этих компаний представлены только «М.Видео» и «Эльдорадо». Так, у «Эльдорадо» в состав Дальневосточного дивизиона входит одиннадцать обособленных подразделений, а у «М.Видео» - одно.

На рынке Амурской области компания «Эльдорадо» начала свою деятельность в конце 2012 года, открыв магазин в одном из крупнейших торговых центров Благовещенска. Данный магазин являлся первым, входящим в состав федеральной сети. Наряду с этой компанией реализацию бытовой техники осуществляют сети регионального масштаба: «Технополис», «DNS», «В-Лазер», «Домотехника». Наибольшую конкуренцию сети «Эльдорадо» в настоящее время составляет «М.Видео», вошедший на рынок в 2014 году.

Как показал анализ, для многих крупных торговых сетей экспансия в регионы является приоритетным направлением в их деятельности на период 2010-2017 гг.

Например, для компании «Эльдорадо» 2015 год стал годом рекордного прироста торговых площадей и ознаменовался активной экспансией, охватившей 37 городов в разных регионах страны. Всего было открыто 45 розничных магазинов в городах с численностью населения от 50 тысяч человек. По состоянию на 31 декабря 2015 года сеть «Эльдорадо» включает в себя 416 магазинов. Торговая площадь составляет 585 899 кв. метров, общая – 756 137 кв. метров. [13]

Успешная деятельность компании позволила за два года возместить расходы на открытие магазина и стать основанием для расширения уже существующих торговых площадей. На данный момент маржинальная прибыль магазина составляет порядка 20 млн. руб. в год, на основании этого компанией было принято решение о дальнейшем расширении сети в Амурской области. На 2017 год запланировано открытие магазина в г. Свободный (космодром «Восточный»), а в дальнейшем – в г. Белогорск. Выбор в пользу этих городов был сделан в связи со строительством новых перспективных объектов, а значит, с прибытием

⁹ Министерство внешнеэкономических связей, туризма и предпринимательства Амурской области. Режим доступа: <http://www.vstamur.ru/activity/consumer-market/retail> (дата обращения 6.06.2016).

¹⁰ Топ-20 крупнейших ритейлеров // Газета «Коммерсант». 02.06.2015. №95. 10 с.

нового населения. Это является одним из факторов, определяющим привлекательность региона для федеральных торговых сетей. Так, строительство двух территорий опережающего развития в Амурской области (ТОР «Приамурская» и ТОР «Белогорск») обеспечат население двумя тысячами рабочих мест. Территории опережающего развития – ключевой инструмент, обеспечивающий реализацию задач по социально-экономическому развитию региона. Эти факторы повлияют на изменение инфраструктуры потребительского рынка в сторону усиления позиций более организованной сферы услуг и увеличении оборота в торговой сфере.

Таким образом, в результате проведенного анализа, были определены следующие тенденции развития розничной торговли в Амурской области:

- 1) современное развитие торговли в Амурской области определяется высоким уровнем конкуренции, активным ростом торговых площадей, формированием крупных торговых сетей. Основную часть оборота розничной торговли Амурской области формируют торгующие организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в стационарной торговой сети – 99,4%;
- 2) наблюдается увеличение оборота торговых сетей в общем обороте розничной торговли в региона;
- 3) федеральные торговые сети, специализирующиеся на реализации непродовольственных товаров, активно проникают на рынок Амурской области, составляя конкуренцию локальным торговым сетям;
- 4) реализация региональных и федеральных программ (проект «Золотая миля» 2015-2017 гг., план импортозамещения, строительство территорий опережающего развития и др.) предполагает увеличение объема товарооборота и усиления экономического и социального развития торговой отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Попова Е.М. Становление и особенности развития российского продуктового ритейла. автореф. дис. на соиск. канд. экон. наук. / Хабаровск, 2015. 24 с.
2. Развитие предпринимательских структур торгово-посреднической сферы на основе интеграции / В.Г. Мысник, Е.С. Рычкова. - Благовещенск: Амурский гос. Ун-т, 2006. – 128 с.
3. Амурская область в цифрах: Краткий статистический сборник / Г.А. Давыдова - Амурстат-Благовещенск, 2015. – 354 с.
4. Торговля в Амурской области за 2005-2014 годы: Сборник / М.А. Рябчинская, Г.А. Серебрякова, Г.А. Суденко, Ю.К. Чернецкая. Амурстат - Благовещенск, 2015 – 126 с.
5. Стукалова И.Б., Токмачева О.С. Торговые центры в РФ: сущность, динамика развития, оценка эффективности / Российское предпринимательство. 2015. №11. с. 37-48.
6. Рыкова И.Н., Губанов Р.С. Индикаторы конкурентоспособности малого и среднего предпринимательства на современном этапе / Маркетинг в России и за рубежом. 2016. №1. С. 58-64.

7. Тафинцева Т.В. Оценка уровня развития торговой деятельности в Амурской области / Россия – Китай: вектор развития: материалы научно-практической конференции. – Благовещенск: Амурский гос. Ун-т, 2016. – 276 с.
8. Санников О.В. Особенности розничной торговли в России / Проблемы местного самоуправления. URL:<http://www.samoupravlenie.ru/48—08.php> (дата обращения: 05.06.2016).
9. Бэк Ч., Ракова О.В., Кочеткова Е.С. Региональные особенности характеристик «личности» торговой среды Дальнего Востока России. / Маркетинг и маркетинговые исследования. 2015. №4. С. 278-285.
10. Бодрягин В.И. Развитие внутренней торговли в условиях рыночной экономики // Российское предпринимательство. - 2015. - Том 16. - №11. - с. 1533-1542. - doi: 10.18334/gr.16.11.235.
11. Салихова Р.Р. Управление системой взаимодействия розничных торговых сетей продуктового ритейла с конечными потребителями // Российское предпринимательство. – 2012. - №09 (207) - с. 130-134.
12. Чередниченко А.В. В сетях отечественного рынка // Торговое оборудование. Лучший выбор. 2009. №4.

Rychkova Evgeniya Sergeevna

Amur state university, Russia, Blagoveshchensk
E-mail: jenyaamur@rambler.ru

Tafintseva Tat'yana Viktorovna

Amur state university, Russia, Blagoveshchensk
E-mail: lacrimosa3241@mail.ru

Assessment of the development trends of the retail in the Amur region

Abstract. The object of article's research is retail, the main factors influencing the development of the retail trade in the region are the research subject. The evaluation of retail trade development trends in the Amur region is defined as the objective of the research.

The research is actual because the trade is one of the most perspective economy sectors for Amur region. An active trade development in the region determined by China neighbourship. The border location of the region makes a high concentration of intermediary companies (dealers). The comparative analysis of the main economic indicators characterising the dynamic of retail commodity circulation was made by author; an availability of shopping area for Amur region people was estimated. The main activity directions of federal distributing facilities of Amur region consumer market are also determined. And main factors making regional markets attractive are identified. Federal and regional program implementation in Amur region brings commodity turnover increasing and gains economic and social development of business sector. The conclusion made due to results of main retail development trends in the Amur region market is presented in the article.

Keywords: trade activity; retailers; economic indicators; retail trade; local and federal distributing facilities; commodity turnover; regional market

REFERENCES

1. Popova E.M. Stanovlenie i osobennosti razvitiya rossiyskogo produktovogo riteyla. avtoref. dis. na soisk. kand. ekon. nauk. / Khabarovsk, 2015. 24 s.
2. Razvitie predprinimatel'skikh struktur torgovo-posrednicheskoy sfery na osnove integratsii / V.G. Mysnik, E.S. Rychkova. - Blagoveshchensk: Amurskiy gos. Un-t, 2006. – 128 s.
3. Amurskaya oblast' v tsifrakh: Kratkiy statisticheskiy sbornik / G.A. Davydova - Amurstat-Blagoveshchensk, 2015. – 354 s.
4. Torgovlya v Amurskoy oblasti za 2005-2014 gody: Sbornik / M.A. Ryabchinskaya, G.A. Serebryakova, G.A. Sudenko, Yu.K. Chernetskaya. Amurstat - Blagoveshchensk, 2015 – 126 s.
5. Stukalova I.B., Tokmacheva O.S. Torgovye tsenry v RF: sushchnost', dinamika razvitiya, otsenka effektivnosti / Rossiyskoe predprinimatel'stvo. 2015. №11. s. 37-48.
6. Rykova I.N., Gubanov R.S. Indikatory konkurentosposobnosti malogo i srednego predprinimatel'stva na sovremennom etape / Marketing v Rossii i za rubezhom. 2016. №1. S. 58-64.
7. Tafintseva T.V. Otsenka urovnya razvitiya torgovoy deyatel'nosti v Amurskoy oblasti / Rossiya – Kitay: vektor razvitiya: materialy nauchno-prakticheskoy konferentsii. – Blagoveshchensk: Amurskiy gos. Un-t, 2016. – 276 s.
8. Sannikov O.V. Osobennosti roznichnoy torgovli v Rossii / Problemy mestnogo samoupravleniya. URL:<http://www.samoupravlenie.ru/48—08.php> (data obrashcheniya: 05.06.2016).
9. Bek Ch., Rakova O.V., Kochetkova E.S. Regional'nye osobennosti kharakteristik «lichnosti» torgovoy sredy Dal'nego Vostoka Rossii. / Marketing i marketingovye issledovaniya. 2015. №4. S. 278-285.
10. Bodryagin V.I. Razvitie vnutrenney torgovli v usloviyakh rynochnoy ekonomiki // Rossiyskoe predprinimatel'stvo. - 2015. - Tom 16. - №11. - s. 1533-1542. - doi: 10.18334/rp.16.11.235.
11. Salikhova R.R. Upravlenie sistemoy vzaimodeystviya roznichnykh torgovykh setey produktovogo riteyla s konechnymi potrebitelyami // Rossiyskoe predprinimatel'stvo. – 2012. - №09 (207) - c. 130-134.
12. Cherednichenko A.V. V setyakh otechestvennogo rynka // Torgovoe oborudovanie. Luchshiy vybor. 2009. №4.