

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт управления бизнес-процесса и экономики
Кафедра «Экономики и управления бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ

И.о. заве. кафедрой

_____ Васильева З.А.

« _____ » _____ 2018 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Формирование механизмов конкуренции для развития бизнеса в сфере сетевой
розничной торговли

38.04.02 «Менеджмент»

38.04.02.07 «Управление развитием бизнеса»

Научный
руководитель _____

канд. филос.наук, доцент Савина Э.В.

Выпускник _____

Фалько А.Э.

Рецензент, _____

канд.экон.наук

Шереметова Т.Г.

Красноярск 2018

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация на тему «Формирование механизмов конкуренции для развития бизнеса в сфере сетевой розничной торговли» содержит введение, изложение диссертации в трех главах, список использованных источников, включающий 101 наименование, заключение. Диссертация проиллюстрирована 9 рисунками, 5 таблицами, общий объем диссертационного исследования 94 страниц.

МЕХАНИЗМЫ КОНКУРЕНЦИИ, РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ, СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ СЕТИ, ПРОИЗВОДИТЕЛИ, РАЗВИТИЕ РЕГИОНА, РАБОЧИЕ МЕСТА, ФИНАНСИРОВАНИЕ, ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ, ФОРМАТЫ МАГАЗИНОВ, СПОСОБЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ.

В первой главе магистерской диссертации была дана характеристика сферы сетевой розничной торговли. Во второй главе изучена тенденция развития конкуренции в сфере сетевой розничной торговли. В третьей главе рассмотрено развитие специализированных торговых сетей от производителя как механизм развития конкуренции в сфере сетевой розничной торговли.

В диссертационном исследовании выполнен качественный обзор и анализ состояния поставленной проблемы. Дана оценка нынешнего состояния сетевой розничной торговли как в России, так и на территории Красноярского края. Также были выделены факторы, оказывающие влияние на повышение конкуренции в данной отрасли, и проведен анализ их влияния на развитие сетевой торговли в Красноярском крае. По результатам проведенной оценки были представлены механизмы конкуренции, способствующие развитию бизнеса в сфере сетевой розничной торговли.

Применение предложенных способов повышения конкуренции поможет развивать бизнес в сфере сетевой розничной торговли на территории Красноярского края.

ABSTRACT

Graduation qualification work in the form of a master's thesis on "Formation of competition mechanisms for the development of business in the field of network retail trade" contains an introduction, a thesis in three chapters, a list of sources used, including 101 titles, conclusion. The thesis is illustrated with 9 figures, 7 tables, the total volume of the dissertation research is 94 pages.

MECHANISMS OF COMPETITION, RETAIL TRADE, SPECIALIZED NETWORKS, MANUFACTURERS, DEVELOPMENT OF THE REGION, WORKING PLACES, FINANCING, PRIORITY DIRECTION, SHOP FORMATS, METHODS OF INTERACTION.

In the first chapter of the master's thesis, a characteristic of the sphere of network retail trade was given. In the second chapter the tendency of development of competition in the sphere of network retail trade was studied. In the third chapter, the development of specialized retail networks from the manufacturer as a mechanism for the development of competition in the field of network retail trade is considered.

In the dissertation research a qualitative review and analysis of the state of the problem was performed. The estimation of the current state and trends of development of network retail trade is given both in Russia and in the territory of the Krasnoyarsk Territory. Factors influencing the increase of competition in this industry were also highlighted, and their impact on the development of network trade in the Krasnoyarsk Territory was analyzed. Based on the results of the assessment, competition mechanisms were presented that promote the development of business in the field of network retail trade.

Application of the proposed methods of increasing competition will help to develop business in the field of network retail trade in the territory of the Krasnoyarsk Territory.

СОДЕРЖАНИЕ

РЕФЕРАТ	2
ВВЕДЕНИЕ	5
1 Характеристика сферы сетевой розничной торговли.....	8
1.1 Анализ состояния и тенденции развития сетевой розничной торговли..	8
1.2 Состояние сетевой розничной торговли в красноярском крае	15
1.3 Влияние сетевой розничной торговли на развитие территории	21
2 Развитие конкуренции в сфере сетевой розничной торговле.....	Ошибка! Закладка не определена.
Закладка не определена.	
2.1 Факторы, влияющие на развитие конкуренции в сетевой розничной торговле	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Оценка перспектив развития сетевой розничной торговли в красноярском крае.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.3 Программы, направленные на развитие сетевой розничной торговли в красноярском крае.....	Ошибка! Закладка не определена.
3 Развитие специализированных торговых сетей от производителя как механизм развития конкуренции в сфере сетевой розничной торговли	Ошибка! Закладка не определена.
Ошибка! Закладка не определена.	
3.1 Обоснование потребности и рассмотрение базы для развития специализированных торговых сетей от производителя	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Факторы, ограничивающие развитие специализированных торговых сетей от производителя.....	Ошибка! Закладка не определена.
3.3 Способы устранения факторов, ограничивающих развитие специализированных торговых сетей от производителя	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	26
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:	32

ВВЕДЕНИЕ

Торговля – это отрасль народного хозяйства, выполняющая функции обращения товаров, которая гарантирует перемещение продукции из стадии производства в стадию потребления. Торговля, как форма обмена, является промежуточным звеном между производством и обусловленным им распределением, с одной стороны, и потреблением, – с другой, и вместе с тем она представляет особую фазу процесса воспроизводства.

Одним из возможных форматов, осуществляющих торговлю, может выступать формат торговой сети. В настоящее время торговые сети имеют большое значение в общем обороте торговли, как на мировом уровне, так и на уровне нашей страны, торговые сети имеются в каждом субъекте Российской Федерации. Как отмечают многие специалисты, будущее розничной торговли остается именно за торговыми сетями. Существует несколько форматов сетевых магазинов, например, таких как: дискаунтер, гипермаркет, супермаркет и формат магазинов «у дома».

Появление сетей привело к выравниванию соотношения сил между розничной торговлей и производителями товаров. Также торговые сети для многих производителей являются основным направлением сбыта сельскохозяйственной продукции.

Торговые сети позволяют сокращать риски производителей, так динамика закупок и производства у них является более стабильной, а также при такой форме торговли есть возможность управлять ценой эффективней. Товарный ассортимент в торговых сетях значительно шире, стандарты обслуживания часто находятся на высоком уровне, а реакции на предпочтения покупателей намного быстрее, чем в обычных магазинах.

Также развитие торговых сетей позволяет сократить уровень безработицы, так как для их открытия необходимо большое количество специализированных и грамотных кадров.

Вышеперечисленное положительное влияние торговых сетей указывают на необходимость развития конкуренции в данной сфере, так как она является главным инструментом, обеспечивающим устойчивое положение и поступательное развитие рынка. Это объясняется ролью конкуренции: как основного и объективного механизма отбора товаропроизводителей по конечным результатам их деятельности; как средства обратной связи при регулировании производства и потребления по критериям качества и стоимости товаров; как средства расширения номенклатуры и границ товарного рынка.

Таким образом, тенденция роста числа торговых розничных сетей и то положительное влияние, которое они оказывают на регион, приводят к необходимости усиления конкуренции между ними, способствующей развитию бизнеса в данной сфере, что свидетельствует об актуальности выбранной темы.

Цель написания магистерской диссертации заключается в разработке механизмов конкуренции в сфере сетевой розничной торговли.

Для достижения поставленной цели решены следующие задачи:

1. Провести анализ сферы сетевой розничной торговли, изучив состояния и тенденции развития сетевой розничной торговли и определив, какое положительное влияние развитие торговых сетей оказывает на регион.
2. Рассмотреть конкуренцию в сфере сетевой розничной торговли, а также оценить степень привлекательности Красноярского края для развития сетевой розничной торговли и проанализировать программы, направленные на сокращение барьеров для развития конкуренции.
3. Предложить механизмы развития специализированных торговых сетей от производителя в качестве механизмов конкуренции для развития бизнеса в сфере сетевой розничной торговли.

Предметом исследования выступает совокупность механизмов конкуренции, способствующих развитию бизнеса в сфере сетевой розничной торговли.

Объектом исследования является сфера сетевой розничной торговли в регионе.

В качестве теоретической и методологической основы проведенного исследования были использованы труды зарубежных и отечественных авторов, исследовавших сферу сетевой розничной торговли. Значительное влияние оказали Патюрель Р., описавший создание сетевых организационных структур, Ларионова И. Г., рассмотревшая вопрос о сущности межфирменного сетевого взаимодействия, Шеглова Е.Я., предложившая методику оценки развития розничных торговых сетей в регионах России, Решетько Н. И., Каптюхин Р. В., Алдатова Д. Ч., описавшие место и роль маркетинга в деятельности предприятия, а также аналитические исследования Департамента консалтинга РИА «РосБизнесКонсалтинг» тенденции развития крупных торговых сетей и изменение положения производителей в Российской Федерации и др.

При проведении диссертационного исследования также использовались нормативные документы Российской Федерации, Красноярского края и других субъектов РФ.

Также были использованы методы теоретического анализа, наблюдения, экспертных оценок и оценок.

1 Характеристика сферы сетевой розничной торговли

1.1 Анализ состояния и тенденции развития сетевой розничной торговли

Для формирования механизмов конкуренции для развития бизнеса в сфере сетевой розничной торговли следует изучить состояние данной отрасли в нынешний период. На сегодняшний день сетевая торговля активно развивается как в мире, так и в России. В целях усиления эффекта масштаба и повышения эффективности затрат европейские розничные компании стремятся развивать крупномасштабную розничную торговлю, увеличивая количество цепей многоотраслевых магазинов и укрупнении размеров отдельных магазинов. Стратегии развития розничных сетей, как правило, формируются через взаимодействие с конкурентами и поставщиками, выбор торгового формата и территории покрытия.

В Евросоюзе на долю торговых сетей приходится 70-75% розничного товарооборота, на все другие розничные точки всего лишь 4%. В крупных городах Европы преобладают торговые сети уровней класса «люкс» и «премиум» (высоких цен). При этом в последний годы отмечается рост количества дискаунтеров. Например, если в 1998 г. их доля в сфере сетевой розничной торговли ФРГ составляла 31%, то на сегодняшний день доля дискаунтеров там равна 40% [1].

Размеры розничных торговых организаций европейских стран значительно выросли, особенно в секторе продовольствия. В связи с этим увеличивается число крупных розничных магазинов, постепенно сокращается количество мелких торговых точек. Они, как правило, располагаются на центральных улицах и в городских центрах, тогда как новые крупные магазины — в основном за городом. Таким образом, увеличение размера магазинов привело к изменению стратегии их

размещения, переориентировав розничных торговцев продовольственными товарами с мест расположения в пределах городской черты в пригороды.

По данным отчета консалтинговой компании Jones Lang LaSalle, при выборе региона для импорта товара международные торговые сети руководствуются принципами географического и ментального сходства. Так, итальянские бренды очень развиты в Германии и Испании, британские — в Германии, а так же активно выходят на территорию России. Лондон признан самым популярным городом Евросоюза среди основных торговых операторов.

Опыт новых стран Евросоюза (Польша, Венгрии, Чехии, стран Прибалтики) показывает сравнительно быстрый рост сетевых форм розничной торговли. С 2000 г. количество супермаркетов и гипермаркетов в Латвии, принадлежащих международным сетевым компаниям, возросло в 9 раз, число традиционных магазинов сократилось на 30%, а количество киосков — на 70%.

Крупные международные розничные сети начинают продвигать собственные бренды, обходясь без услуг российских производителей, часто заказывая продукцию напрямую из Азии.

Сейчас международные розничные сети выходят на российский рынок, так как относительно высокие долгосрочные арендные ставки торговых площадей все же ниже, чем в Евросоюзе, тогда как перспективы роста розничных продаж выше. Более 90% розничных сетей, входящих в список самых популярных в Европе, уже работают на российском рынке. Самой распространенной схемой входа на российские рынки является франшиза. Иностранные сети приобретают торговые площадки и начинают работать с российскими покупателями с помощью локальных посредников, после нескольких лет большинство из них продолжает работать на российском рынке уже напрямую с потребителями.

Опасаясь появления западных конкурентов на территории нашей страны, российские розничные агенты начинают развиваться в субъектах Российской Федерации.

По данным Росстата в период с 2010г. По 2017г. оборот розничной торговли в России увеличился на 71% и составил 28317321,7 млрд. руб.[2]

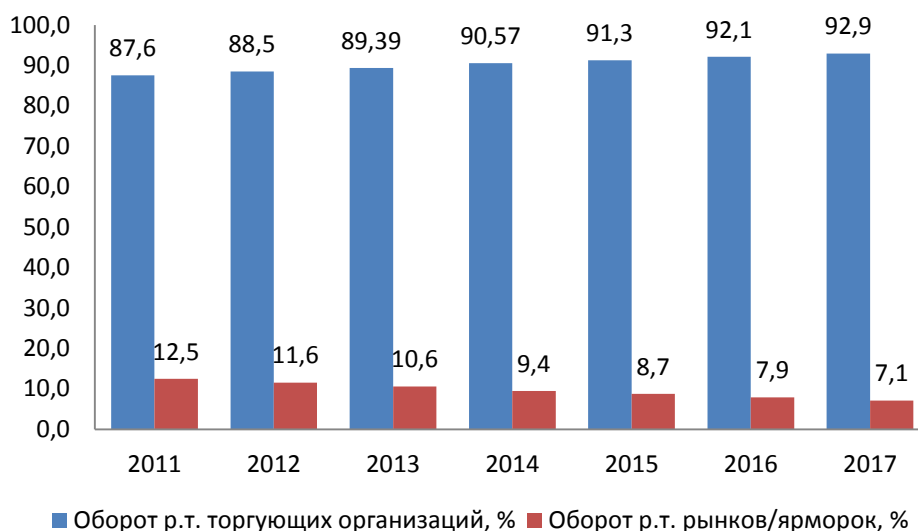


Рисунок 1.1 – Оборот розничной торговли торговых организаций и рынков/ярмарок по долям, %

На рисунке 1.1 видно, что основанная доля оборота розничной торговли приходится на торгующие организации. Доля рынков и ярмарок заметно сократилась, по итогам 2016 года она составляет 7,1% от общего оборота розничной торговли.

Доля продовольственных товаров составляет 48,6%, а непродовольственных – 51,4%. Согласно индексам физического объема розничной продажи отдельных товаров можно выделить непрерывную тенденцию последних нескольких лет сокращения продаж табачной (с 2012 г.) и алкогольной (с 2013 г.) продукции, что стало следствием проводимой программы (ограничение продаж, рекламы, употребления в общественных местах и др.) государства с целью повышения здоровья нации. Также можно отметить сокращение в кризисные периоды (2009 г.

и 2015 г.) наиболее дорогих товарных групп, таких как мясная и рыбная продукция, а также традиционно отмечается сокращение сахара.

Рост цен на продовольственную продукцию подталкивает покупателей все чаще посещать дискаунтеры. По данным исследования GfK, продажи российских дискаунтеров по итогам 2016 года выросли на 15,3% при этом отмечается, что дискаунтеры растут быстрее как по частоте покупок, так и по среднему чеку. При этом их наиболее активное развитие отмечено на Урале и в Сибири. Однако исследования компании Nielsen показывает, что потребители в последнее время все чаще отдают предпочтение специализированным магазинам и готовы потратить больше времени на посещение нескольких специализированных магазинов, чем совершить покупки в одном универсальном. Такая тенденция вызвана способностью специализированных магазинов лучше удовлетворить потребности покупателя в определённой категории товаров. За 2016 год торговых точек, специализирующихся на товарах для детей, стало больше на 7%, на товарах для домашних животных — на 5%. Особенно ярко такая динамика проявляется в крупнейших городах.

При этом отмечается рост количества сетевых магазинов. По данным Росстата на долю розничных сетей в России в 2017 году пришлось 29,9%, что на 12,4% больше по сравнению с 2010 годом (рис.1.2). Из них 31,7% на Центральный федеральный округ, 47,3% - Северо-Западный федеральный округ, 26,1% - Южный федеральный округ, 6,7% - Северо-Кавказский федеральный округ, 28,6% на Приволжский федеральный округ, 31,2% - на Уральский федеральный округ, 31,2% - на Сибирский федеральный округ, 13,9% - на Дальневосточный федеральный округ (рис.1.3) [2].

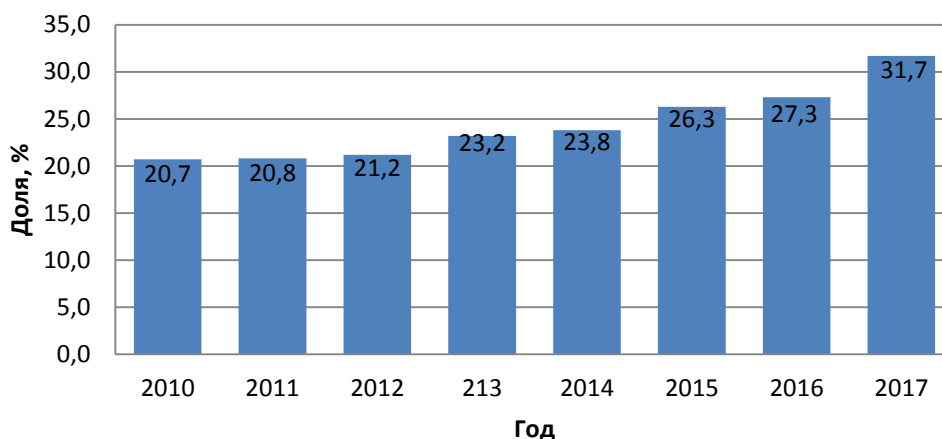


Рисунок 1.2 – Динамика развития доли СРТ в обороте розничной торговли, %



Рисунок 1.3 - Доля СРТ в формировании оборота розничной торговли субъектов РФ в 2017 году, %

Среди регионов РФ многолетним лидером по развитию розничных сетей является город Санкт-Петербург. Там на долю торговых сетей по итогам 2017 года пришлось 58,2% оборота розничной торговли. Это единственный регион в России с долей сетей более 50%. Большое количество крупнейших торговых сетей были основаны в Санкт-Петербурге. Помимо лидирующего Петербурга высокой долей сетевой торговли характеризуются Ленинградская область — доля 49,6%, что соответствует 2-му месту, Мурманская область (43,1%, 3 место), Псковская область (38,9%, 13 место). По мнению экспертов РИА Рейтинг, такая тенденция связана с двумя

факторами. Во-первых, данные регионы характеризуются относительно суровым климатом, таким образом из-за плохой погоды люди предпочитают приобретать товары в одном большом магазине, который, как правило, будет сетевым. Во-вторых, в связи с тем, что эти регионы близки к Европе и удалены от других городов нашей страны, там активно развивается торговля импортными товарами. При этом импорт из стран Европы осуществляется организованно крупными партиями, которые реализуются именно через торговые сети, чего нельзя сказать об импорте из стран Азии. Оттуда товары возятся маленькими партиями, а затем продаются на рынках и маленьких торговых точках.

На третьем месте рейтинга располагается Республика Адыгея, где почти 35% оборота розничной торговли приходится на торговые сети. Причиной относительно высокой доли сетевой торговли в Республике Адыгея, по мнению экспертов РИА Рейтинг, является то, что сетевые магазины открывались не только для удовлетворения потребностей жителей республики, но и для покупателей из Краснодарского края. При этом в последнее время Краснодарский край быстро развивал у себя организованную торговлю, поэтому магазины в Адыгее потеряли часть покупателей, а рост доли торговых сетей замедлился. Причем в 2012 году доля торговых сетей в Республике Адыгея даже снизилась по сравнению с 2011 годом.

Примерно такая же ситуация как в Адыгее и Краснодарском крае сложилась в Московском регионе. Многие торговые центры с сетевыми магазинами строились в Московской области в расчете на москвичей. Поэтому Московская область в рейтинге занимает 11-е место, а Москва лишь 48-е. При этом в Московской области сохраняется потенциал дальнейшего увеличения доли торговых сетей в розничном товарообороте. В 2013 году многие рынки, которые были расположены в Московской области рядом с МКАД, были закрыты, поэтому, вероятно, что в ближайшие годы доля

сетевой торговли в Московской области вырастет за счет сокращения торговли на рынках.

Среди регионов с низким уровнем развития сетевой торговли можно выделить республики Дагестан, Ингушетия, Саха (Якутия) и Тыва, Чеченскую Республику, Сахалинскую область и Чукотский автономный округ, в которых розничные торговые сети обеспечивали менее 2% общего объема оборота розничной торговли. Это связано с небольшим объемом платежеспособного спроса в этих регионах, а также с тем, что логистика в них в силу различных причин очень затруднена и затратна. Это снижает привлекательность данных регионов для сетевых игроков. Помимо этих регионов еще в 9-ти доля сетевой розничной торговли составляет менее 10%. По мере развития федеральных и региональных сетей и эти регионы будут охвачены сетевой торговлей, поэтому в долгосрочной перспективе эксперты РИА Рейтинг ожидают относительно быстрое развитие данного сегмента розничной торговли.

Обобщая выше сказанное, следует отметить:

- наблюдается тенденция увеличения доли торгующих организаций в обороте розничной торговли с 86,7% до 92,9% за период с 2011 по 2017 гг, количество рынков и ярмарок заметно сокращается. Также если говорить о тенденции, то стоит отметить развитие различных форматов магазинов (от дискаунтера до гипермаркета), с каждым годом совершенствующиеся программы лояльности для покупателей, развитие интернет торговли и т.д.;

- при этом доля СРТ в обороте розничной торговли за этот период существенно возросла, так данный показатель в 2011 году был равен 20,8%, а в 2017 году уже 31,7%;

- регионом, в котором наиболее развита СРТ, уже несколько лет выступает город Санкт-Петербург, а Северо-Западный федеральный округ является лидером по развитию СРТ среди всех округом. Это связано с их территориальной близостью с Европой, что позволяет более выгодно импортировать товар.

- наименьшее развитие СРТ отмечается в Северо-Кавказском федеральном округе, что связано с небольшим объемом платежеспособного спроса, а также с тем, что логистика в них в силу различных причин очень затруднена и затратна.

1.2 Состояние сетевой розничной торговли в красноярском крае

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, по числу розничных рынков в России Сибирский федеральный округ (СФО) на конец 2017 года стоит на 3-м месте. Доля розничных торговых сетей в формировании оборота составил 31,2%. Следует отметить, что согласно рисунку 1.4, с 2010 года данный показатель вырос на 16,5%. Такой тенденции способствует агропромышленный комплекс региона, социально-экономический уровень жизни населения, территориальные условия, наличие различных транспортных путей и природные ресурсы.

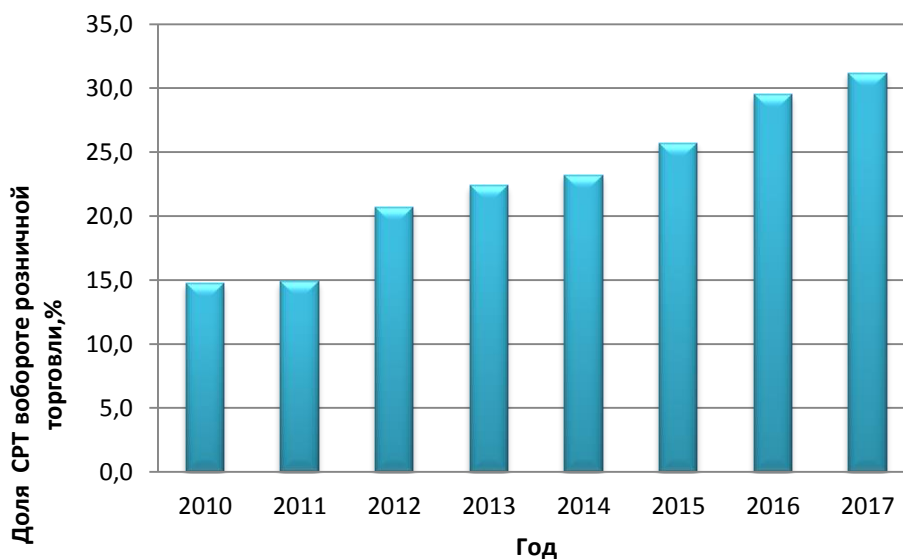


Рисунок 1.4 – Доля СРТ в обороте розничной торговли в Сибирском-федеральном округе, %

Наибольшее развитие сетевой торговли в 2017 году было отмечено в Кемеровской (42,4%), Новосибирской (40,5%) и Томской областях (41%).

Красноярский край занимает лишь 7-е место среди областей в СФО, доля СРТ в обороте розничной торговли там равна 27,1%, согласно рисунку 1.5.

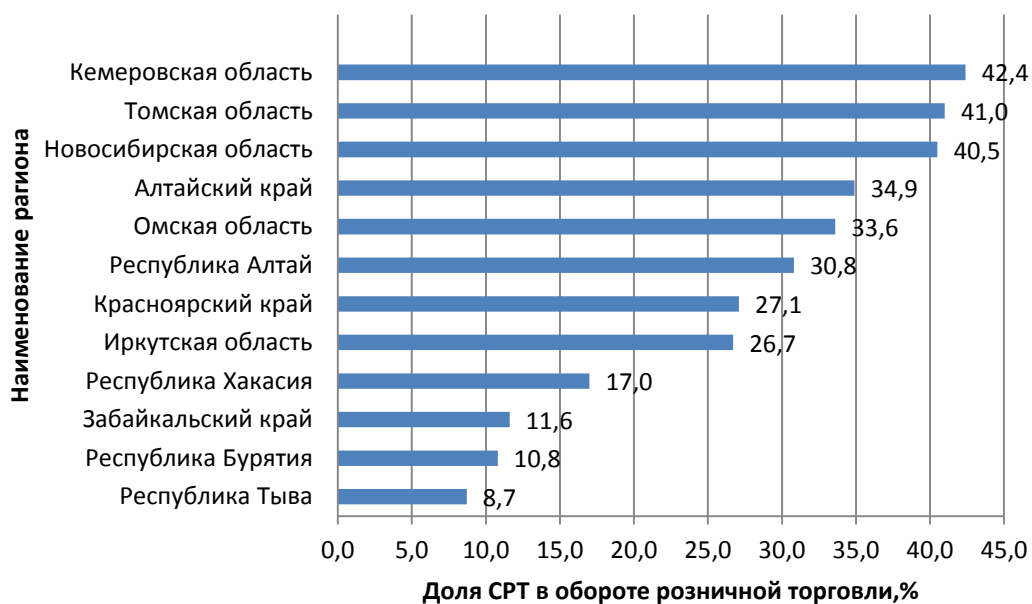


Рисунок 1.5 – Доля СРТ в обороте розничной торговли в СФО, %

При этом отмечается значительный рост данного показателя, относительно 2010 года он вырос на 14,9%. Красноярский край имеет большой потенциал для развития отрасли. В 2015 году доля оптовой и розничной торговли в формировании ВРП составила 7,2 %.[5] Красноярский край с 2012 г. находится на первом месте среди субъектов Сибирского федерального округа по обороту розничной торговли.

Оборот розничной торговли по Красноярскому краю за период с января по декабрь 2017 г. составил 502,1 млрд. рублей (индекс физического объема 99,7 %), в том числе: 227,2 млрд. рублей – пищевыми продуктами, включая напитки, и табачные изделия; 274,9 млрд. рублей – непродовольственными товарами.

Оборот розничной торговли на душу населения по итогам 2017 года составил 179,3 тыс. рублей на человека, что на 2,7 % больше чем по итогам 2016 года (174,6 тыс. рублей).

На 01 января 2017 г. на территории края действует 20,86 тыс. торговых объектов (не считая аптек и заправочных станций). На долю Красноярска приходится более 6,49 тыс. торговых объектов.

В Красноярском крае оборот розничной торговли формируется за счет продажи товаров индивидуальными предпринимателями и торгующими организациями, осуществляющими деятельность в стационарной торговой сети (вне рынков) и на розничных рынках.

Доля сетей по итогам 2017 года составила 27,1%. Торговые сети в 2017 году обеспечили 31,3 % оборота розничной торговли пищевыми продуктами, в том числе напистками и табачными изделиями (показатель 2016 года - 28,7 %) и 23,6 % торговли непродовольственными товарами (22 % в 2016 году).

На сегодняшний день активно развиваются все форматы торговых сетей: супермаркеты, гипермаркеты и дискаунтеры. Однако предприниматели расширяют формат дискаунтера, тем самым увеличивая долю доступных по цене товаров как ответ на тенденцию рачительного потребления. Так, в декабре 2014 года компания «Командор» запустила первую торговую точку в формате дискаунтера (магазины с небольшим количеством товарных позиций и низкими ценами). Меньше чем за год продритейлер открыл 14 дискаунтеров в Красноярске и городах края. Значительно нарастил свое присутствие в регионе еще один игрок с красноярской «пропиской» - сеть «Светофор», она работает в формате «жесткого дискаунтера». По сравнению с серединой 2014 года число торговых точек под этим брендом только в Красноярске выросло с 7 до 18. О своем намерении развивать формат дискаунтера заявила еще одна крупная местная сеть – «Красный яр», открыв магазин «Батон». Кроме этого, в 2015 году ассортимент самых доступных по ценовой категории товаров в магазинах сети увеличился на 25%. Однако активное развитие сетевой торговли наблюдается в основном в крупных городах края. В небольших городах в основном развит формат супермаркет.

Сегодня в Красноярском крае наряду с региональными сетями, которые уверенно занимают свою долю рынка и активно расширяют своё присутствие, представлены практически все крупные международные и федеральные сетевые компании. Доля местных игроков на рынке составляет 60 % оборота сетевой розничной торговли Красноярского края, они занимают доминирующие позиции по объему имеющихся и запущенных новых торговых площадей. На долю федеральных и иностранных ритейлеров приходится 40 %, они намерены развивать свои сети в Красноярском крае и готовы побороться за лидирующие места с местными игроками.

Рынок продуктового ритейла Красноярска и края в январе-ноябре 2017 года прирастал преимущественно за счет местных игроков. Компания «Командор» открыла с начала года более 20 магазинов в разных форматах. Сеть «Красный яр» приросла пятью новыми точками – четыре в Красноярске и одна в Емельяново. Активно бизнес в регионе развивала и компания «Торгсервис-24» (дискаунтеры «Светофор»). Однако федеральные и международные ритейлеры не сворачивают свои амбиции работать в регионе. В этом году торговая сеть «Ашан» открыла в Красноярске свой первый гипермаркет и анонсировала скорый запуск еще 1 точки. До конца этого года второй по счету гипермаркет «Лента» будет запущен на ул.Ястынская. В планах игрока в следующем году открыть еще одну точку – предположительно в мкр.Покровский. Планы по дальнейшему развитию сети также анонсировала сеть «МЕТРО Кэш энд Керри». На данный момент, по оценкам игроков, на долю федеральных и иностранных ритейлеров приходится порядка 40-45% структурированного рынка продритейла Красноярска (рис.1.6).

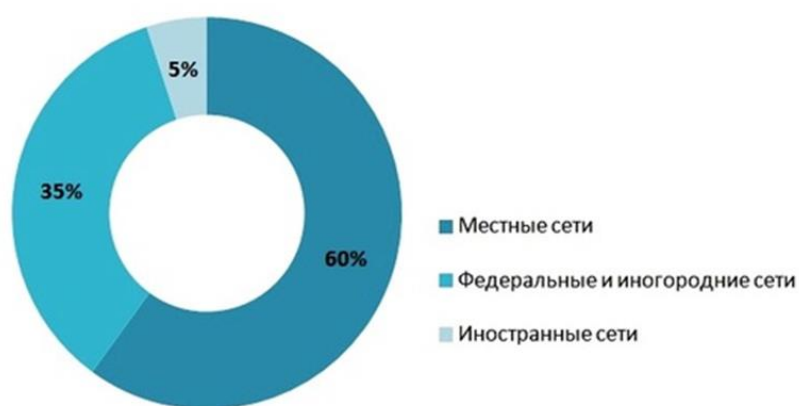


Рисунок 1.6 – Доля местных, федеральных и международных сетей на продуктовом рынке Красноярского края, %

Продритейлеры заключают прямые контракты с производителями товаров, чтобы сократить расходы на поставку продукции. Игроки объясняют: логистическая цепочка «производитель-сеть» позволяет сэкономить в среднем 25% от стоимости доставки товара. Как рассказали в «Красном яре», этом году доля прямых поставок в сети выросла на 20%. Чтобы закупать большие партии товаров напрямую от производителей, другой местный ритейлер – компания «Командор» объединилась с продритейлерами ряда регионов (Дальний Восток, Алтайский край, респ. Татарстан, Забайкальский край). Участники союза приобретают крупную партию продукции и затем распределяют ее между собой [7].

Согласно данным, представленным в таблице 1.1, основными игроками на территории Красноярского края являются местные торговые сети, такие как: ГК «Командор», «Красный яр», «Чистые луга», «Светофор», ТД «Мясничий» и «Rosa». Из них наибольшее количество магазинов имеет ГК «Командор» (221 магазин) и «Красный яр» (108 магазинов).

Согласно данным, представленным в таблице 1.2, только ГК «Командор» представляет магазины практически всех форматов и выходит за пределы Красноярского края. Специализированной сетью является только «ТД Мясничий».

Таблица 1.1 - Рейтинг продовольственных сетей Красноярского края на 01.11.2017 г.

Название	Совокупное площадь торг. точек на 01.11.2017 г., кв.м	Структура совокупной площади торг. точек на 01.11.2017 г.		Другие реги- оны РФ	Общее кол-во торг. точек на 01.11.2017	Статус сети
		Красно- ярск	КК (без учета Крас-ка)			
1 Командор	980 576	56 988	28 010	10 142	221	регионал.
2 Красный Яр	39 912	36 328	3 584	661	108	регионал.
3 Светофор	24 000	17 000	7 000	н/д	24	регионал.
4 Rosa	18 700	18 700		0	17	регионал.
5 О'КЕЙ	12 000	12 000	0	н/д	2	федерал.
6 МЕТРО Кэш энд Керри	16 315	16 315	0	н/д	2	междунар.
7 Лента	25 000	25 000	0	н/д	4	федерал.
8 Чистые луга	1 900	1 700	200	0	47	регион.
9 Мясничий	2549	2185	0	364	18	регион.
10 Магнит	5200	5200			4	федерал.
11 Ашан	8000	8000			1	междунар.

Таблица 1.2 - Лидеры по количеству торговых точек

Название	Общее кол-во торговых точек в КК на 01.11.2017 г.	Структура торговых точек по форматам в КК на 01.11.2017 г.			
		гипермаркет	супермаркет	магазин у дома	дискаунтер
Командор	221	15	71	120	15
Красный Яр	108	0	88	0	20
Чистые луга	47	0	0	47	0
Светофор	24	0	0	0	24
Rosa	17	0	16	0	0
Мясничий	18	0	0	7	0
О'КЕЙ	2	2		0	0
МЕТРО Кэш энд Керри	2	0	0	0	0
Лента	4	4	0	0	0

Следует отметить, что лидирующие позиции занимают именно региональные сети. Этот факт связан с тем, что центр управления у них находится в городе Красноярск, в связи с этим значительно проще

контролировать работу магазинов, а также удовлетворять запросам потребителей, так как можно более адекватно оценить их потребности. Также логистический и распределительный центр находятся ближе, в связи с чем сокращаются затраты на доставку продукции.

1.3 Влияние сетевой розничной торговли на развитие территории

Для формирования механизмов конкуренции для развития бизнеса в сфере сетевой розничной торговли, следует рассмотреть эффективность от этого для развития Красноярского края. В условиях активного развития сетевой торговли на региональных рынках повышается роль торговых сетей в развитии экономики отдельно взятого региона. Экспансия и пространственное развитие сетевых структур на региональных потребительских рынках усиливает их доминирующую роль по отношению к производственным субъектам, способствует формированию качественно новых отношений между экономическими субъектами, приводит к изменениям в структуре региональной товаропроводящей системы.

Основными преимуществами развития сетевой розничной торговли для региона являются: обеспечение рабочих мест, значительные суммы налогов, выплачиваемые торговыми сетями, способствуют выравниванию соотношения сил между розничной торговлей и производителями товаров; в значительной степени удовлетворяют запросам потребителей.

По данным Росстата доля занятого населения в торговле по итогам 2016 года равна 18,5%, то есть большая часть населения (рис.1.7). Таким образом, развитие сетевой розничной торговли обеспечивает регион рабочими местами. В отличие от мелких магазинчиков, торговые сети предлагают вакансии на большее количество должностей, так как им помимо продавцов и товароведов требуются сотрудники, отвечающие за товарный ассортимент, управляющие кадрами, ведущие бухгалтерский учет,

отвечающие за снабжение магазинов. Кроме того, крупные торговые точки своих сотрудников трудоустраивают официально, что также благоприятно влияет на развитие территорий.[10]

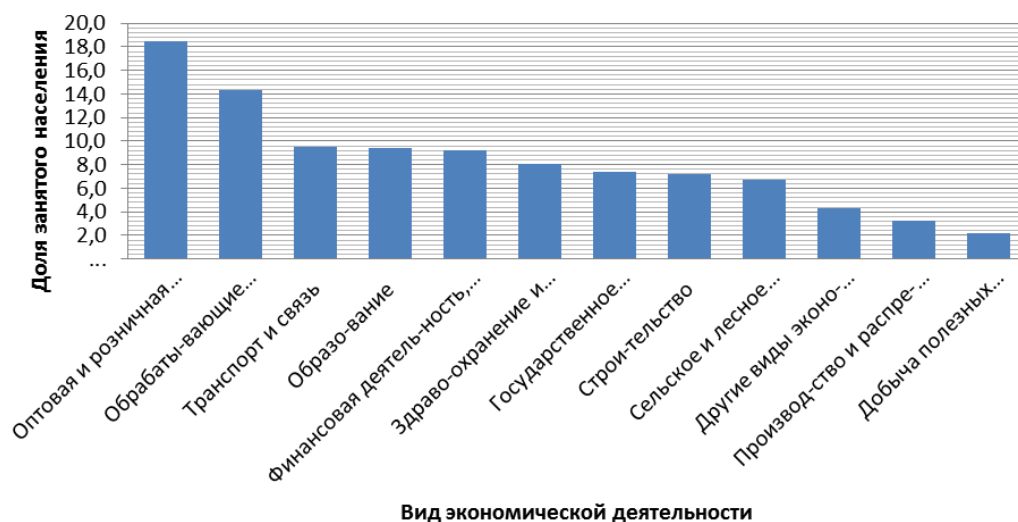


Рисунок 1.7 – Доля занятого населения по видам экономической деятельности, %

Также по данным Ростата от торговых сетей поступает существенная сумма налоговых отчислений, так в 2017 году сумма налога на прибыль организаций по торговым сетям в Российской Федерации составила 1 042,93 млрд. руб.(рис.1.8). В Красноярском крае по данным Красстата это показатель равен 25 472,18 млн. руб. За январь-март 2018 года сумма налоговых отчислений от торговых сетей уже составила 7 195,89 млн. руб. Помимо налога на прибыль, торговые сети также платят налог на имущество, так как некоторые помещения для магазинов находятся у них в собственности. К сожалению, точная сумма поступлений по данному налогу от торговых сетей не опубликована ни на одном из статистических сайтов.

Розничные торговые сети обеспечивают производителям точки сбыта. Как правило, договоры между сторонами заключаются на большие партии и на долгое время, что гарантирует поставщикам стабильного клиента. Также торговые сети часто приобретают продукцию у местных производителей, что

также способствует реализации сельскохозяйственной продукции и поддерживает производителей.

Розничная торговая сеть обеспечивает возможность быстро, удобно, с минимальной затратой сил и времени приобретать нужные товары и услуги в условиях свободного выбора в удобном количестве, недалеко от места работы и жилья.

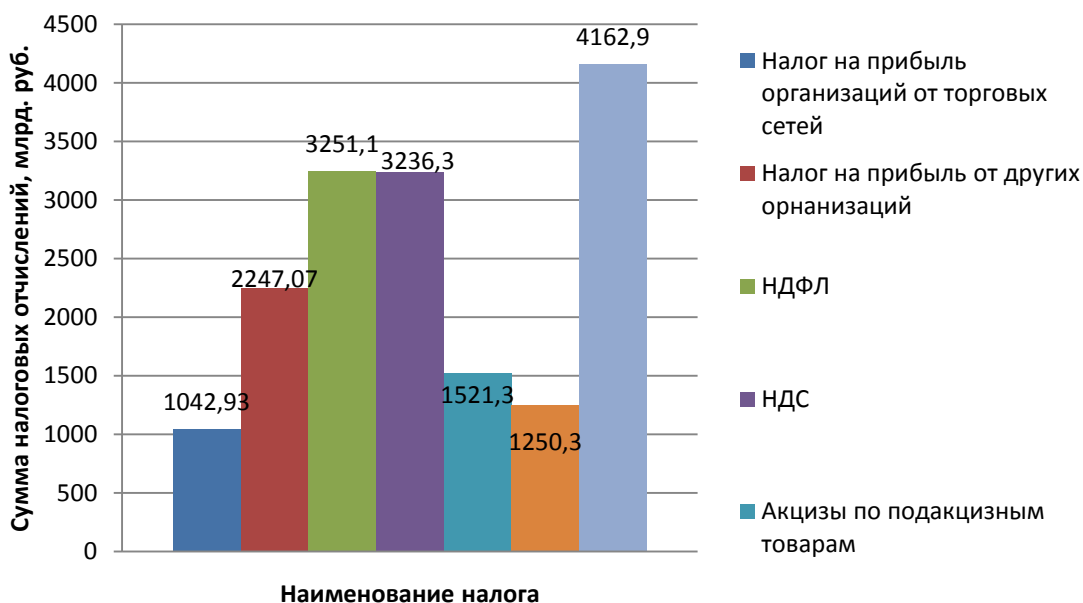


Рисунок 1.8 - Поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей в консолидированный бюджет Российской Федерации, млрд. руб.

Для привлечения покупателей торговые сети вынуждены предоставлять широкий ассортимент товаров, в связи с этим им необходимо сотрудничать с большим количеством поставщиков, таким образом обеспечивая вторым регулярные точки сбыта. Кроме этого, для многих производителей сельскохозяйственной продукции сетевые магазины являются единственными регулярными клиентами. Так, например, ГК «Командор» сотрудничает с местной торговой маркой «Село родное», а также часто на прилавках их магазинов можно встретить молочную продукцию от местных фермеров. Такая тенденция привела к выравниванию соотношения сил между розничной торговлей и производителями товаров,

повышению дисциплинированности производителей в части выполнения сроков и объемов поставок, уровня и стабильности качества поставляемой в сети продукции, снижению рисков производителей.

Так как партии закупок в торговых сетях достаточно велики, производители часто делают им скидку на свой товар. Также организованная логистика позволяет сокращает сумму затрат торговых сетей. Данные факты позволяют сетевым магазинам продавать продукцию по ценам ниже, чем другие предприниматели. Помимо этого, конкуренция, действие эффектов масштаба и снижение спекулятивной прибыли оптовых посредников способствовали замедлению роста уровня цен на потребительские товары.

Торговые сети предлагают лучший ассортимент и более высокие стандарты обслуживания покупателей, гибче реагируют на предпочтения потребителей, обеспечивая их необходимыми товарами, делая скидки на определенные группы товаров, а также активно развивают дополнительные услуги.

Не смотря на положительный эффект от развития сетевой розничной торговли в регионах РФ, существуют некоторые барьеры для продвижения данной сферы бизнеса.

Одна из них заключается в том, что торговых сетей не имеют финансового обеспечения, а кредитование в РФ производится по ставке 25% годовых. При этом кредитование за рубежом возможно под 2-3% годовых. В связи в этим многие федеральные торговые сети регистрируют свой бизнес за пределами нашей страны. Следовательно данные торговые сети уплачивают налоги в бюджеты иностранных государств.

Также в настоящее время существует ряд проблем в сфере арендно-земельных отношений, связанных с эксплуатацией торговых центров, а также налогово-административными претензиями со стороны государственных органов. Субъекты розничной торговли регулярно подвергаются различным проверкам государственными органами. Чаще всего из них фигурируют налоговая инспекция, госсанэпидемнадзор и пожарная инспекция.

Стоит отметить и тот факт, что не смотря на возможность торговых сетей обеспечить регион рабочими местами, квалифицированных специалистов для развития сети в отдаленных регионах недостаточно.

Развитию ритейлов также мешает государственные ограничения, так, согласно статье 14 Федерального закона №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009г., существует запрет на открытие новых магазинов, если доля компании в розничном обороте продовольственных товаров превышает четверть; введение положения о том, что поставщики не могут делать скидку более 10% от розничной стоимости товаров; регулирование правительством цен и наценок на социально значимые продукты, то есть если в течение 30 календарных дней рост цен на них превысит 30%, правительство может установить предельно допустимые цены на срок до 90 календарных дней.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Тенденция роста числа торговых розничных сетей и то положительное влияние, которое они оказывают на регион, приводят к необходимости усиления конкуренции между ними, способствующей развитию бизнеса в данной сфере, что свидетельствует об актуальности выбранной темы.

В ходе написания магистерской диссертации была достигнута поставленная цель, которая заключалась в разработке механизмов конкуренции в сфере сетевой розничной торговли.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- проведен анализ сферы сетевой розничной торговли в России и мире, Красноярском крае, а также оценить влияние СРТ на развитие региона;
- рассмотрена конкуренцию в сфере сетевой розничной торговли;
- предложены способы повышения уровня удовлетворенности покупателей.

Анализ тенденции развития СРТ в России показал следующее:

- доля торгующих организаций в обороте розничной торговли увеличилась с 86,7% до 92,9% за период с 2011 по 2017 гг, количество рынков и ярмарок заметно сокращается;

- доля СРТ в обороте розничной торговли за этот период существенно возросла, так данный показатель в 2011 году был равен 20,8%, а в 2017 году уже 31,7%;

- регионом, в котором наиболее развита СРТ, уже несколько лет выступает город Санкт-Петербург, а Северо-Западный федеральный округ является лидером по развитию СРТ среди всех округом. Это связано с их территориальной близостью с Европой, что позволяет более выгодно импортировать товар;

- наименьшее развитие СРТ отмечается в Северо-Кавказском федеральном округе, что связано с небольшим объемом платежеспособного

спроса, а также с тем, что логистика в них в силу различных причин очень затруднена и затратна.

Касательно развития СРТ в Красноярском крае были сделаны следующие выводы:

- доля розничных торговых сетей в формировании оборота в СФО с 2010 года увеличилась на 16,5% и составила 31,2%;

- Красноярский край с 2012 г. находится на первом месте среди субъектов Сибирского федерального округа по обороту розничной торговли. Оборот розничной торговли по Красноярскому краю за период с января по декабрь 2017 г. составил 502,1 млрд. рублей;

- доля сетей по итогам 2017 года составила 27,1%. Торговые сети в 2017 году обеспечили 31,3 %;

- на данный момент, по оценкам игроков, на долю федеральных и иностранных ритейлеров приходится порядка 40%, 60% - на долю местных игроков, а лидерами по количеству торговых точек являются ГК "Командор", "Красный Яр", "Чистые луга", "Светофор" и Rosa.

Основными преимуществами развития сетевой розничной торговли для региона являются: обеспечение рабочих мест, значительные суммы налогов, выплачиваемые торговыми сетями, способствуют выравниванию соотношения сил между розничной торговлей и производителями товаров, в значительной степени удовлетворяют запросам потребителей.

Основными факторами, оказывающими влияние на уровень конкуренции в СРТ выступают: количество конкурентов в данной сфере, уровень жизни населения, транспортная инфраструктура, энергетическая инфраструктура, административные барьеры, стоимость финансовых ресурсов, степень удовлетворенности посетителей работой торговых сетей.

В результате оценки данных факторов в Красноярском крае были сделаны следующие выводы.

1. Сложившийся уровень развития СРТ в Красноярском крае является средним, это свидетельствует о том, что в нашем регионе сфера

сетевой розничной торговли недостаточно развита, соответственно конкуренция не очень большая, что оказывает положительное влияние на появление новых игроков.

2. Уровень жизни населения в Красноярском крае достаточно высок относительно Сибирского федерального округа. Такие показатели как: ВРП на душу населения, доходы на душу населения, потребительские расходы, доля потребительских расходов, затрачиваемая на приобретение товаров и услуг, коэффициент миграционного прироста на 10 000 человек населения являются максимальными. Такая тенденция гарантирует высокую покупательную способность населения. Также отмечается высокая численность населения, из них большое количество является городскими жителями.

1. Развитие транспортной инфраструктуры находится на низком уровне. Так плотность автомобильных дорог на равна 11 км на 1000 квадратных километров территории.

2. Также энергетическая инфраструктура нуждается в развитии. Так индекс цен на производство и распределение электроэнергии, газа и воды в Красноярском крае равен один из самых высоких в Сибирском федеральном округе и равен 107%, это свидетельствует о достаточно высоких ценах на подключение к энергетическим ресурсам и пользование ими.

3. Высокие административные барьеры, а именно: В сфере торговой деятельности в 2016 году существенно увеличились издержки регионального бизнеса в связи обязательным внедрением ЕГАИС и контрольно-кассовой техники, передающей данные в налоговые органы в онлайн режиме, влияние повышения тарифов и налогов, отмены льгот и преференций, а также рост арендных платежей.

Также был проведен опрос покупателей, с целью выяснения, удовлетворены ли они работой торговых сетей. Результаты опроса показали:

- покупатели недовольны качеством предлагаемого ассортимента;
- также покупатели считают, что цены в магазинах очень высоки.

С целью развития транспортной инфраструктуры Правительство Красноярского края вынесло Постановление от 30.09.2013 №510-П об утверждении государственной программы Красноярского края "Развитие транспортной системы", в результате реализации которой протяженность автомобильных дорог общего пользования регионального и межмуниципального значения, отвечающих нормативным требованиям, и их удельный вес в общей протяженности сети к 2030 году составит 68,26%, или 9507,936 км.

Для решения проблемы, связанных с энергетической инфраструктурой, Правительством Красноярского края 30.09.2013 года было вынесено Постановление об утверждении государственной программы Красноярского края "Реформирование и модернизация жилищно-коммунального хозяйства". В результате реализации данной программы ожидается снижение цен на коммунальные услуги.

Также был разработан проект «Улучшение инвестиционного климата Красноярского края», приоритетным направлением которого является инвестиционный климат и развитие предпринимательства. Он направлен на создание комфортных условий ведения бизнеса. Одна из задач данного проекта заключается в сокращении административных барьеров.

В качестве формирования механизмов конкуренции в сфере сетевой розничной торговли была предложена идея развития фирменных торговых сетей от местного производителя.

Для подтверждения эффективности выдвигаемого предложения была проведена работа по выявлению, соответствуют ли такие торговые точки запросам покупателей. Результат анализа цен на основные продукты питания в обычных торговых сетях и специализированных торговых сетях от производителей показал, что во вторых торговых точках цены существенно ниже. А также качество предлагаемого там товара значительно лучше, что отмечают сами покупатели.

Однако на территории Красноярского края достаточно предприятий, осуществляющих производство продуктов питания, которые не имеют собственных торговых точек сбыта, либо ограничиваются только одним магазином. К ним можно отнести такие предприятия, как: «Назаровское рыбное хозяйство», АО «Назаровское молоко», ООО «Малтат», «Елисей» и др.

К факторам, препятствующим открытию ими собственных торговых сетей следует отнести:

1. Недостаток финансовых ресурсов. Выше была представлена таблица, в которой отражены расходы на открытие одной торговой точки, согласно которой содержание даже одного магазина очень затратно. На сегодняшний день производители не могут себе позволить развиваться в данном направлении. Об этом свидетельствуют данные Росстата, по которым Кредиторская задолженность сельскохозяйственных предприятий поставщикам составляет 160,7 млн. руб., а производителей пищевой продукции – 120,4 млн. руб.

2. Отсутствие молодых квалифицированных кадров. Такие специалисты, как маркетологи, менеджеры достаточно молодые. А средний возраст населения в городах Красноярского края 35-40 лет. При этом практически во всех городах, помимо Красноярска и Норильска, наблюдается тенденция к сокращению численности населения. Все это свидетельствует о том, что в провинциальных городах нашего региона практически отсутствуют молодые специалисты со «свежими», новаторскими идеями.

3. Вследствие отсутствия молодых кадров и новых идей возникают трудности с разработкой новых направлений развития и построения маркетинговых стратегий.

Для финансовой помощи, на наш взгляд, имеет смысл:

- внедрить программу льготного кредитования, а также предоставлении поручительства;

- внедрить практику субсидирования по возмещению затрат на технологическое присоединение к энергетическим сетям для производителей, планирующих приобретать собственные площади для открытия торговых точек;

- объявить конкурс на получение гранта в размере 3 млн. на открытие производителями собственных торговых точек, по результатам которого каждый производитель должен будет открыть минимум по 5 магазинов и обеспечить минимум по 10 рабочих мест.

Для привлечения новых кадров и разработки программ по продвижению производимого товара мы предлагаем:

- выделять субсидии на возмещение затрат на оплату труда кадрам, привлеченным для развития розничной торговли на предприятии, при этом размер заработной платы каждого из сотрудников должен составлять не менее 2 МРОТ. Данное предложение поможет «возвращать» молодых специалистов в родные города после окончания учебных заведений, обеспечивая достойную и конкурентную оплату труда;

- объявить конкурс по предоставлению субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства для возмещения части затрат, связанных с продвижением товаров (продукции) собственного производства. Что позволит разработать новые направления развития, связанные с открытием новых торговых точек, разработкой маркетинговых стратегий, разработкой ценовой политики, программы лояльности для покупателей и пр. А также данные предложения также окажут большую финансовую поддержку организациям;

- развивать практику выделения целевых мест в образовательных учреждениях по таким направлениям, как управление проектами (в организации), маркетинг, правление персоналом организации, правление человеческими ресурсами, реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Абрамова, Л.М. Интеграционная модель нивелирования угроз экономической безопасности России в продовольственной сфере. Социально-экономические явления и процессы/ Л.М. Абрамова. - Москва, 2014.–7-14 с.
2. Агаркова, Л.В. Организация воспроизводственного процесса в региональном АПК/ Л.В. Агаркова, Т.Г. Гурнович, О.С. Берулава. - Ставрополь, 2016.-20 с.
3. Агаркова, Л.В. Организационно-экономический механизм регулирования и защиты агропродовольственного рынка/Л.В. Агаркова, Т.Г. Гурнович, А.А. Керашев, П.Г. Чернышов - Москва, 2014.- 52 с.
4. Альферьев, А.А. Рынок ресурсов для села в условиях членства России в ВТО / А. Альферьев // АПК-экономика, управление.- 2013. — № 1.- С.48–54.
5. Алябьев, Р.А. Евразийский экономический союз: суть и перспективы развития./ Р.А. Алябьев, О.Н. Скоробогатько// Инновационное будущее экономики – Уфа, 2014.- 18-21 с.
6. Андреева, Е. А. Разработка модели влияния ассортимента продукции на финансовое состояние предприятия (на примере ОАО «Молоко») / Е.А. Андреева — Красноярск,2016. – 126 с.
7. Балаш, О.С. Моделирование пространственной распределенности торговых сетей/ О.С. Балаш – Саратов: Саратовский гос. ун-т, 2010.
8. Барсукова, С.Ю. Аграрный бизнес России в условиях ВТО: ожидания и реальность/ С.Ю. Барсукова// Мир России: Социология, этнология – Москва, 2014. - 98–124 с.
9. Братцев, В. Госрегулирование сельского хозяйства России/ В. Братцев // АПК-экономика, управление. — 2012. — № 6. — С. 45–52.
10. Федько, В.П. Интегрированный маркетинг выставочно-ярмарочной деятельности. /Монография/ Под научной ред. Проф. В.П. Федько - М.: Дашков и К, Наука-Пресс, 2007. - 264 с.

11. Вебстер, Ф. Изменение роли маркетинга в корпорации // Классика маркетинга: Сборник работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг/ Сост. Б.М.Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква; пер. с англ. Т.Виноградова и др. СПб.: Питер, 2001, С.129-157.
12. Гатаулина, Е.А., Узун, В.Я. . Господдержка сельского хозяйства в условиях ВТО, санкций и антисанкций. ЭКО, 1, 115–123.
13. Гатаулина, Е.А., Янбых, Р.Г.Адаптация поддержки сельского хозяйства в рамках госпрограммы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции в условиях членства России в ВТО. Экономика сельского хозяйства России, 2015- 10, С.19–26.
14. Горохов, А.А. Региональная финансово-кредитная политика в агропромыш-ленном комплексе (на материалах Тюменской области)/ в монографии «Публичные финансы: история и современность»/под.ред. С.С.Жуковой. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 2013. 300с.- С.234-273.
15. Гришина, И.В. Анализ и прогнозирование инвестиционных процессов в регионах России/ И.В. Гришина – М.: СОПС, 2015.
16. Гурнович, Т.Г. Оценка системы государственного регулирования сельского хозяйства в Ставропольском крае /НаукаПарк. 2011. № 2 (3). С. 61-70.
17. Гурнович, Т.Г. Финансовое обеспечение технико-технологических преобразований сельскохозяйственного производства /Экономика сельского хозяйства России. 2015. № 4. С. 23-31
18. Департамент агропромышленного комплекса Тюменской области. Официальный сайт. [Электронный ресурс] URL: http://www.admtumen.ru/ogv_ru/gov/administrative/agro_department/general_information/ (дата обращения 20.10.2015 г.)
19. Доклад «О приоритетных направлениях деятельности субъектов Российской Федерации по содействию развитию конкуренции в РФ»// Государственный совет РФ. М.2018

20. Дудакова, И.А. Изучение рынка как фактор развития розничной торговли// Российский внешнеэкономический вестник. М. 2009 №11. С. 51-59.
21. Дудакова, И.А. Тенденции размещения, формирования и развития розничных торговых сетей в регионах: монография/ И.А. Дудакова; под науч. ред. д.э.н. В.П. Федько. - Шахты: Изд-во ЮРГУЭС, 2016. - 199 с.
22. Дудакова, И.А. Формирование розничных торговых сетей: эволюция, проблемы, противоречия и перспективы. – Шахты, 2015.
23. Ермакова, Е. Е. Современное состояние и перспективы развития молочной промышленности РФ // Молодой ученый. — 2014. — № 7. — С. 338–340.
24. Закон Тюменской области от 28.12.2004 г. № 305 «О государственной поддержке сельскохозяйственного производства в Тюменской области». – ст. 4.; п. 3 ст. 1.; п.4 ст. 1.:Правительство Тюменской области. [Электронный ресурс] URL: http://admtyumen.ru/ogv_ru/index.htm (дата обращения 21.10.2015г.)
25. ЗАО «Искра». Сельскохозяйственное предприятие. Электронный доступ: <http://www.zao-iskra.ru/index.php/home/sprav>
26. ЗАО «Назаровское». Сельскохозяйственные предприятия. Сельхозпроизводители.// Информационный портал Справочная Сибири. [Электронный ресурс]: http://sicenter.ru/catalog/krasnoyarskiy-kray/Agropromyishlennyiy_kompleks/Selskohozyaystvennyie_predpriyatiya._Selhozproizvoditeli./nazarovskoe
27. Значительные потребности в капиталовложениях и низкий уровень ликвидности могут омрачить перспективы развития российских розничных сетей по торговле продуктами питания. – [Электронный ресурс]: [http://www. standardandpoors.ru/article.php](http://www.standardandpoors.ru/article.php).
28. Игнатова, Т.В. Система показателей оценки деятельности торговых организаций Красноярского края / Т.В. Игнатова, Т.П. Сацук // Региональная экономика: теория и практика. – 2016. № 14 (71).

29. Иришев, Б. Будущее ЕАЭС: сложный поиск равновесия и роста. Вестник ассоциации белорусских банков, 2016 - 31-32, 9–20.
30. Исакова, З.Д. Об интеграционном объединении участников ЕАЭС: ожидания и механизмы реализации. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, 2016 - 10–3, 86–88.
31. Карпенко, Г. Эффективность господдержки АПК через меры «зеленой корзины» / Г. Карпенко // АПК-экономика, управление. — 2011. — № 1.- С. 54–59.
32. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Изд-во ГУ ВШЭ, 2005, 458 с.
33. Катькало, В. С. Межфирменные сети: проблематика исследований новой организационной стратегии в 1980–1990-е годы. Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Экономика (2): 21–38.
34. Киселев, С.В. Агропромышленный комплекс России в условиях санкций и необходимости обеспечения продовольственной безопасности. АПК: Экономика, управление, 2, 12–18.
35. Клейнер, Г.Б. Инновационное развитие региона: потенциал, институты, механизмы : коллективная монография/[Г.Б. Клейнер и др.]; под общ.ред. Г.Б. Клейнера, С.С. Мишурова. – Иваново: Ивановский гос. ун-т. – М., 2011.
36. Койн К., Субраманиам С. Дисциплина стратегии. Вестник McKinsey (1):33–45.
37. Кригер, А. А. Анализ потенциала рынка молочной продукции на территории южных районов Красноярского края и Республики Хакасия [Текст] // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2017 г.). — М.: Буки-Веди, 2017. — С. 150-154.
38. Кузнецова, Н. Пути совершенствования государственного регулирования сельского хозяйства / Н. Кузнецова // АПК-экономика, управление. — 2013.- № 1.- С. 90–93.

39. Куш, С. П. Сравнительный анализ основных концепций теории маркетинга взаимоотношений. Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент (4):3–25.
40. Куш, С. П. Сетевой подход в маркетинге: российский опыт. Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент (1): 81–107.
41. Куш С.П. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках: Монография, СПб.: Издат. Дом С.-Петерб. Гос. Ун-та, 2006
42. Куш С.П., Афанасьев А.А. Маркетинговые аспекты развития межфирменных сетей: российский опыт// Российский журнал менеджмента N 1, 2004. С. 33–52
43. Куш С.П., Ребязина В.А. Портфель взаимоотношений компании с партнерами на промышленных рынках// Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. 2011. № 1. С.77-104
44. Куш С.П., Смирнова М.М. Взаимоотношения компании с потребителями на промышленных рынках: основные направления и исследования// Вестн. С.-Петерб. Ун-та. Сер. Менеджмент.2004. Вып.4. С.31-56.
45. Ларионова И. Г. К вопросу о сущности межфирменного сетевого взаимодействия // Молодой ученый. — 2015. — №16. — С. 286-288. — URL <https://moluch.ru/archive/96/21623/> (дата обращения: 21.01.2018).
46. Лещева М.Г. Интеграционные процессы как фактор развития аграрной сферы экономики/ М.Г. Лещева ФГОУ ВПО Ставропольский гос. аграрный ун-т. Ставрополь, 2008
47. Лещева М.Г. Проблемы развития интеграционных процессов в современном АПК / Экономические стратегии. 2008. Т.10. №1. С. 138-144.
48. Логинов А. А., Костюхин П. Ю. 2000. К вопросу об использовании маркетинга отношений в России. Практика компании «Вимм-Билль-Данн». Маркетинг и маркетинговые исследования в России(4): 13–18.

49. Малхотра Н. К. 2002. Маркетинговые исследования: практическое руководство. М.: Издат. дом «Вильямс».
50. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. Департамент экономики и государственной поддержки АПК: Официальный сайт. [Электронный ресурс] URL: <http://www.gp.spcagro.ru/> (дата обращения 26.10.2015г.)
51. Молочная отрасль России в диаграммах и цифрах / Информационно-аналитическое агентство «Институт конъюнктуры аграрного рынка». [Электрон] — <http://ikar.ru/milk/>
52. Никитина, Е. Своя марка ближе к полке / Е. Никитина. - Режим доступа: <http://www.Liveretail.ru/articles.php>.
53. О защите конкуренции: федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ// Собрание законодательства РФ. - 2006. - № 31.
54. Обзоры рынка товаров массового спроса (FMCG) и его отдельных сегментов. - Режим доступа: http://www.us.nielsen.com/products/gs_globaltrack.shtml.
55. Окулов В. 1999. Рядом с деньгами. Эксперт (22): 34–36.
56. Официальный сайт Федеральной Службы Государственной Статистики — www.gks.ru
57. Панфилов В.С. Состояние и перспективы развития современной системы розничного рынка в России: макроэкономический и финансовый аспекты / В. Панфилов, М.П. Черноволов // Проблемы прогнозирования. – 2007. – № 4.
58. Паньков, В. С. Глобализация как одна из фундаментальных тенденций развития мировой экономики / В. С. Паньков // Мировая экономика и сфера сервиса : сб. науч. тр. и выступлений / под ред. С. А. Карпова. - М. : МГУ Сервиса, 2014. - С. 40.
59. Парахин, Н.В., Прока, Н.И. (2012). Адаптация механизма государственной поддержки аграрного сектора России к условиям ВТО. Вестник Орловского государственного аграрного университета, 38(5), 2–9.

60. Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур. // Проблемы теории и практики управления, 2010, № 4.

61. Положение о порядке предоставления средств областного бюджета на государственную поддержку сельскохозяйственного производства. – утв. Постановлением Правительства Тюменской области от 14.05.2012 г. № 180-п. – п. 1.3. Официальный сайт. [Электронный ресурс] URL: http://admtyumen.ru/ogv_ru/index.htm (дата обращения 21.10.2015 г.)

62. Попова Ю.Ф. Сетевые отношения на промышленных рынках: результаты исследования российских компаний// Вестн. С.-Петерб. Ун-та. Сер. Менеджмент. 2010. Вып.1.С.139-165.

63. Постановление Правительства Красноярского края от 20.02.2018 № 64-п "О внесении изменения в Постановление Правительства Красноярского края от 30.09.2013 N 510-п "Об утверждении государственной программы Красноярского края "Развитие транспортной системы". Электронный доступ: <http://www.krskstate.ru/realization/gosprog/0/id/16468>

64. Постановление Правительства Красноярского края от 30.09.2013 № 510-П Об утверждении государственной программы Красноярского края "Развитие транспортной системы" (с изменениями на 20 февраля 2018 года). Электронный доступ: <http://docs.cntd.ru/document/465807138>

65. Постановление Правительства РФ от 15 июня 1998 года №593.

66. Постановление Правительства РФ от 30.06.2011г. №390-П Об утверждении программы «Снижение административных барьеров, оптимизация и повышение качества предоставления государственных и муниципальных услуг, в том числе на базе многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в Красноярском крае на 2011-2013 годы». Электронный доступ: <http://docs.cntd.ru/document/422437671>

67. Проект Стратегии социально-экономического развития Красноярского края до 2030 года// Электронный доступ <http://www.krskstate.ru/2030>

68. Радаев В. 2000. Сетевой мир. Эксперт (12):34–37.
69. Распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2012 г. № 2579-р Об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") "Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольной политики"
70. Рейтинг 25 торговых сетей FMCG РФ :информ. справ. изд. рынка пищ. промсти / Ритейл ; FoodNewsweek - М., 2018. - 98 с.
71. Розничные продовольственные сети в России: текущее состояние и перспективы развития :аналит. отчет / DISCOVERY ResearchGroup. - М., 2008. -200 с.
72. Розничные торговые сети по продаже продуктов питания (FMCG) в России : аналит. исслед. Департамента консалтинга РИА «РосБизнесКонсалтинг». - Режим доступа:
73. Россия в цифрах. 2009: Крат.стат.сб./ Росстат- М., 2009. - 525 с.
74. Сагдиев Р. 2002. Молочный лизинг. Ведомости (7 октября).
75. Самойленко,. ЕАЭС: Начало нового пути. В книге Сборник публикаций фонда развития юридических наук: «Симбиоз национального и международного права» (С. 51–54). СПб: Фонд развития юридической науки.
76. Саутин А.Воздушный мост. Эксперт(12): 24–26.
77. Сиваков Д. Высокий передел. Эксперт (5): 26–29.
78. Сидоренко, О.В. Тенденции развития зернового потенциала стран Евразийского экономического союза. Вестник ОрелГАУ, 2014 - 5, 43–47.
79. Стерлин А., Ардишвили А. Предпринимательские сети — новая форма организации межфирменного взаимодействия. МЭ и МО (4): 70–80.
80. Тарасов, В.И., Глотова, И.С. Аграрные последствия трансформации ЕЭП в Евразийский экономический союз. АПК: Экономика, управление, 12, 48–52.
81. Тенденция развития крупных торговых сетей и изменение положения производителей в Российской Федерации: аналит. исслед.

Департамента консалтинга РИА «РосБизнесКонсалтинг». - Режим доступа:
<http://www.consulting.rbc.ru>.

82. Толстолесова, Л.А. Финансовая поддержка АПК в Тюменской области: Источники и направления финансирования// Международный научно-исследовательский журнал. 2015№12. С.111-116.

83. Третьяк, О. А. Новый этап эволюции маркетинговой концепции управления. Российский экономический журнал (10):74–81.

84. Третьяк, О. А. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена. Российский журнал менеджмента С.25–50.

85. Третьяк, О.А. Эволюция маркетинга: этапы, приоритеты, концептуальная база, доминирующая логика// Российский журнал менеджмента . 2016. Т.4.№2. С.129-144.

86. Третьяк, О.А. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена// Российский журнал менеджмента. 2013. Т.1. №2. С.25-50.

87. Трухачев, А.В. Экономическое обоснование целесообразности создания интегрированных предпринимательских структур в аграрной сфере экономики / Российский экономический интернет журнал. 2010. № 3. С. 175 – 183.

88. Тюменьстат: Официальный сайт. [Электронный ресурс] URL: <http://tumstat.gks.ru> (дата обращения 24.10.2015г.)

89. Указ Президента Российской Федерации от 21.12.2017 № 618 "Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции"

90. Ушачев, И. Государственная программа — основа формирования конкурентноспособного АПК в условиях ВТО / И.Ушачев // АПК-экономика, управление. — 2012.- № 4. — С. 3–8.

91. Ушачев, И. Меры по обеспечению кокурентноспособности сельского хозяйства в условиях присоединения России к ВТО / И. Ушачёв // АПК-экономика, управление.- 2012.- № 9. — С. 9–13.

92. Ушачев, И. О. проекте государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг. / И. Ушачёв // АПК-экономика, управление. — 2012.- № 1. — С. 3–13.

93. Ушачев, И. Экономический механизм реализации Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг. / И. Ушачёв // АПК-экономика, управление. — 2012.- № 11.- С. 3- 7.

94. Федеральный закон от 28 декабря 2017 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации". [Электронный ресурс]: <http://base.garant.ru/12171992/#friends#ixzz5IBGG6Gq6>

95. Чернова, Е.В. Автореферат на соискание ученой степени доктора экономических наук Формирование государственной продовольственной политики как фактора экономической безопасности России/ Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов, 2016. - 35 с.

96. Шамстудинова, Д. Финансирование аграрного сектора методом прямого субсидирования / Д. Шамстудинова // АПК-экономика, управление. — 2012г.- № 8. — С. 89–93.

97. Щеглова, Е.Я. Методика оценки развития розничных торговых сетей в регионах России // Российское предпринимательство. – 2013. – Том 14. – № 3. – С. 102-108.

98. Экспертно-аналитический центр агробизнеса. [Электронный ресурс]: — www.ab-centre.ru

99. Юлдашбаев, Ю.А. Проблемы активизации инновационной деятельности в современном овцеводстве /Достижения науки и техники АПК. 2011. № 11. С. 6-8.

100. Юлдашева, О. У. Маркетинг взаимодействия: философия и методология межфирменных коммуникаций. Маркетинг(3): 2016. С.32–39.

101. Юлдашева, О.У. «Портфельный анализ» взаимоотношений с покупателями как основной инструмент стратегического планирования маркетинга отношений на рынках b-2-b// Маркетинговые коммуникации. 2014. №1 (19). С.40-50.