

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

УДК 519.862.5(045)

Выявление драйверов развития малых предприятий оптовой торговли в современных экономических условиях



Ольга Михайловна Жукова, студентка магистратуры факультета учета и аудита, Финансовый университет, Москва, Россия

Olga M. Zhukova, 1st year Master's Degree Program, student, Faculty of Accounting and Audit, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia
olgamzh@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

Последние несколько лет экономика России находится в крайне нестабильном состоянии, которое сказывается на хозяйственной деятельности экономических субъектов. Целью исследования является изучение влияния современных экономических условий на финансовый результат от основной деятельности предприятий оптовой торговли, относящихся к категории малого бизнеса. В связи с этим ставятся задачи определения и выделения перечня факторов, которые оказывают наибольшее влияние на хозяйственную деятельность данных экономических субъектов, и построения эконометрической модели, позволяющей прогнозировать финансовый результат такой деятельности с учетом их влияния. В результате исследования был выделен целый ряд факторов, но наиболее существенным является доля импортных товаров в товарообороте предприятия, незначительное увеличение которой способно привести к существенному росту выручки.

Ключевые слова: агенты по оптовой торговле; доля импортных товаров в товарообороте; колебание курса валют; конкуренция; малый бизнес; прогнозирование финансового результата; стратегия поведения на рынке; финансовый результат хозяйственной деятельности; эконометрическая модель

Для цитирования: Жукова О. М. Выявление драйверов развития малых предприятий оптовой торговли в современных экономических условиях. *Научные записки молодых исследователей*. 2019;7(6):5-14.

ORIGINAL PAPER

Identification of Drivers of the Development of Small Enterprises of Wholesale Trade in Current Economic Conditions

ABSTRACT

For the last few years, Russian economy has been in an extremely unstable state, which affects the activities of economic entities. The aim of this study is to estimate the influence of the present economic environment

Научный руководитель: **Яценко Н.А.**, доцент Департамента анализа данных, принятия решений и финансовых технологий, Финансовый университет, Москва, Россия / Scientific supervisor: **Yashchenko N.A.**, Associate Professor, Department of Data Analysis, Decision-Making and Financial Technologies, Financial University, Moscow, Russia.

on profit or loss from ordinary activities of wholesale agents belonging to the category of small business. In this connection, the tasks are set to identify and highlight the list of factors that have the greatest impact on the economic activities of these economic entities and the construction of an econometric model that allows predicting the profit or loss of such activities, taking into account their impact. As a result of the study, a number of factors were identified, but the most significant is the share of imported goods in the turnover of the enterprise, a slight increase of which can lead to a significant increase in revenue.

Keywords: wholesale agents; the share of imported goods in the turnover; currency fluctuations, competition; small business; forecasting financial results; strategy of behavior in the market; profit or loss from ordinary activities; econometric model

For citation: Zhukova O. M. Identification of drivers of the development of small enterprises of wholesale trade in current economic conditions. *Научные записки молодых исследователей = Scientific notes of young researchers*. 2019;7(6):5-14.

Сегодня экономика нашей страны только начала медленное и постепенное восстановление после своего состояния крайней нестабильности, в котором находилась на протяжении нескольких последних лет. Оно было спровоцировано целым рядом факторов, в качестве первого из которых следует рассматривать экономический кризис 2008–2009 гг. Он был вызван не столько внешними, сколько внутренними факторами. Внешние же факторы выступили скорее в качестве его катализатора и привели к усугублению ситуации. Следовательно, экономика нашей страны на тот момент уже была достаточно уязвима для последующих событий, а нужные меры по предотвращению не смогли быть вовремя реализованы.

Тем не менее еще более ощутимым событием для ряда отраслей и российской экономики в целом стало последовательное начиная с 2014 г. введение санкций против нашей страны, а также ответное применение Россией антисанкционных мер¹, которые также предполагали введение ответных санкций, что в результате привело к возникновению негативных последствий не только для других стран, но и самой России [1, с. 38]. В совокупности такие потрясения в экономике привели к необходимости внесения значительных перемен в хозяйственные процессы, поведение на рынке и стратегию предприятий, и не могли не сказаться на их финансовых результатах.

¹ Указ Президента РФ от 06.08.2014 № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_166922/ (дата обращения: 31.05.2019).

Существенная роль в системе экономических связей как между районами страны, отраслями производства, так и изготовителями товаров и розничной торговлей принадлежит именно оптовой торговле [2, с. 37], так как для нее характерна реализация товаров крупными партиями. Таким образом, одной из главных особенностей оптовой торговли выступает посреднический характер данного вида деятельности. Так, оптовые торговые организации реализуют приобретенные товары не конечному потребителю, а другой оптовой или розничной компании [3, с. 118]. Иными словами, они являются одним из промежуточных звеньев цепочки «доставки» товара от производителя к конечному потребителю (рис. 1).

Исходя из этого следует, что оптовые торговые организации призваны способствовать гармонизации единого потребительского рынка страны путем преобразования производственного ассортимента в торговый, определения структуры и направления товарных потоков [4, с. 313]. В связи с этим предлагаю взглянуть на происходящие в экономике России изменения со стороны агентов по оптовой торговле пищевыми продуктами (ОКВЭД 46.17.1), которые, так или иначе, в значительной мере пострадали от сложившейся экономической ситуации.

Во-первых, произошли серьезные изменения числа организаций, занимающихся данным видом деятельности. Так, кризисные годы отличаются гораздо большим числом банкротств в данной отрасли, нежели период введения экономических санкций, однако это позволяет сделать вывод, что далеко не все торговые компании, сумевшие справиться с кризисом и его последствиями, смогли

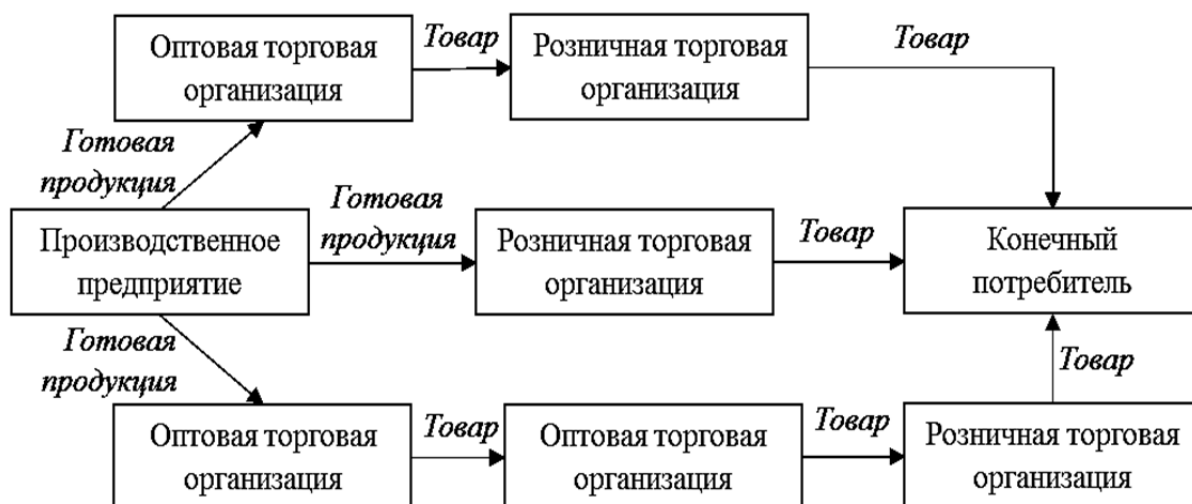


Рис. 1. Схема доведения товара до потребителя

Источник: составлено автором.

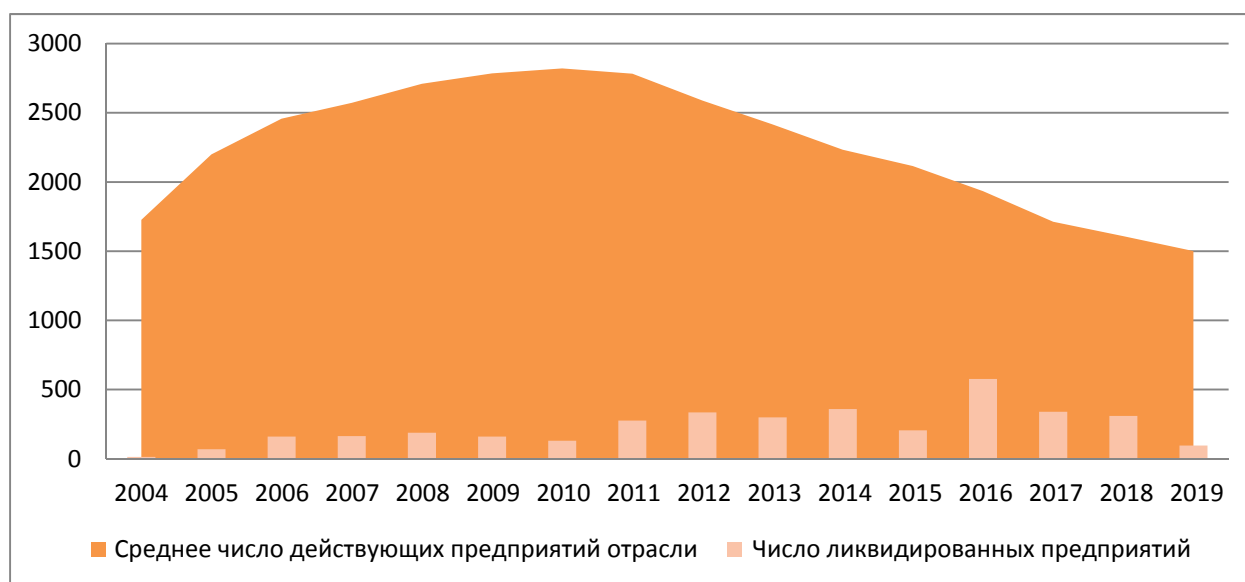


Рис. 2. Динамика изменения числа действующих предприятий оптовой торговли пищевыми продуктами за 2004–2019 гг.

Источник: составлено автором по данным информационно-аналитической системы «СПАРК». URL: <https://www.spark-interfax.ru/> (дата обращения: 14.05.2019).

найти необходимые ресурсы для продолжения своей деятельности в санкционный период (рис. 2).

Во-вторых, многие из торговых компаний ориентированы на импорт, а введение эмбарго стало причиной разрыва деловых контрактов и связей с зарубежными партнерами [5, с. 194]. Основными причинами подобной ориентации служат такие пути укрепления позиции предприятия на рынке, как возможность стать эксклюзивным представителем (при работе с производителями отечественных товаров оптовые организации могут столкнуться на рынке с тем, что являются

не единственными закупщиками данного товара у одного и того же поставщика, и доступным способом конкуренции для них в такой ситуации останется лишь ценовая конкуренция); возможность поставлять на рынок новый продукт, если отсутствуют в продаже его близкие аналоги, что позволит избежать необходимости прибегать к ценовой конкуренции. Таким образом, можно сделать вывод, что для малого бизнеса поставка импортного товара представляет большой интерес, так как позволяет занять определенную долю сегмента рынка и удерживать ее.



Рис. 3. Доля продовольственных товаров в импорте за 2004–2017 гг.

Источник: составлено автором по данным Росстата. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 14.05.2019).

Соответственно, в результате экономической нестабильности перед предприятиями встал вопрос: что делать дальше в сложившейся ситуации? Основных вариантов всего два. Первый — прекращение деятельности, приведшее к рассмотренной выше динамике изменения численности компаний на рынке, а второй — снижение масштабов деятельности и поиск новых поставщиков. Избрание второго варианта предполагает возможность поиска партнеров как среди отечественных поставщиков, так и за рубежом. Некоторые компании пришли к выводу, что наиболее рациональным станет увеличение доли отечественных товаров в своем товарообороте в среднесрочном периоде для стабилизации своего финансового положения и финансовой устойчивости, а затем возврат к преобладанию импортных товаров в долгосрочной перспективе (рис. 3) [6, с. 59].

Агенты по оптовой торговле, что избрали путь поиска новых поставщиков за пределами страны или чьи деловые отношения не попали под влияние санкций, столкнулись с еще одной проблемой — колеблющийся курс валют (рис. 4). В подобных условиях организации не могли осуществлять планирование своих затрат по закупкам, потому как даже приблизительно предсказать, каковы будут текущие затраты по закупке и доставке товара, не представлялось возможным. Таким образом, проблематичность осуществления закупок за рубежом превысила их благоприятные для фирмы результаты.

В связи с этим агенты по оптовой торговле переключились на договора с поставщиками, которые бы не зависели от котировок, а именно на отечественных производителей. Исходя из этого, можно говорить о том, что они своеобразно поддержали государственный курс импортозамещения (рис. 5).

Все рассмотренные изменения не могли не сказаться на ценах на продовольственные товары, выразившись в форме колебания индекса этих цен (рис. 6).

Следовательно, можно сделать вывод о влиянии на финансовый результат деятельности агентов по оптовой торговле таких факторов, как: конкуренция (число действующих на рынке конкурентов), доля импортного товара в товарообороте компании, колебания курсов валют (преобладают расчеты в евро, поэтому следует в первую очередь рассматривать именно его курс, а также курс доллара США).

Тем не менее нельзя отрицать влияния и такого фактора, как цена товара на рынке. На сегодняшний день отношения между агентами по оптовой торговле и дистрибьюторами являются достаточно напряженными [7, с. 1], что также отражается и на вопросах ценообразования. При этом хотелось бы подчеркнуть, что в сложившихся экономических условиях говорить о конкретной цене для товаров оптовых торговых компаний невозможно. Несмотря на то что понятие «ценовая дискриминация» принято рассматривать исключительно в рамках

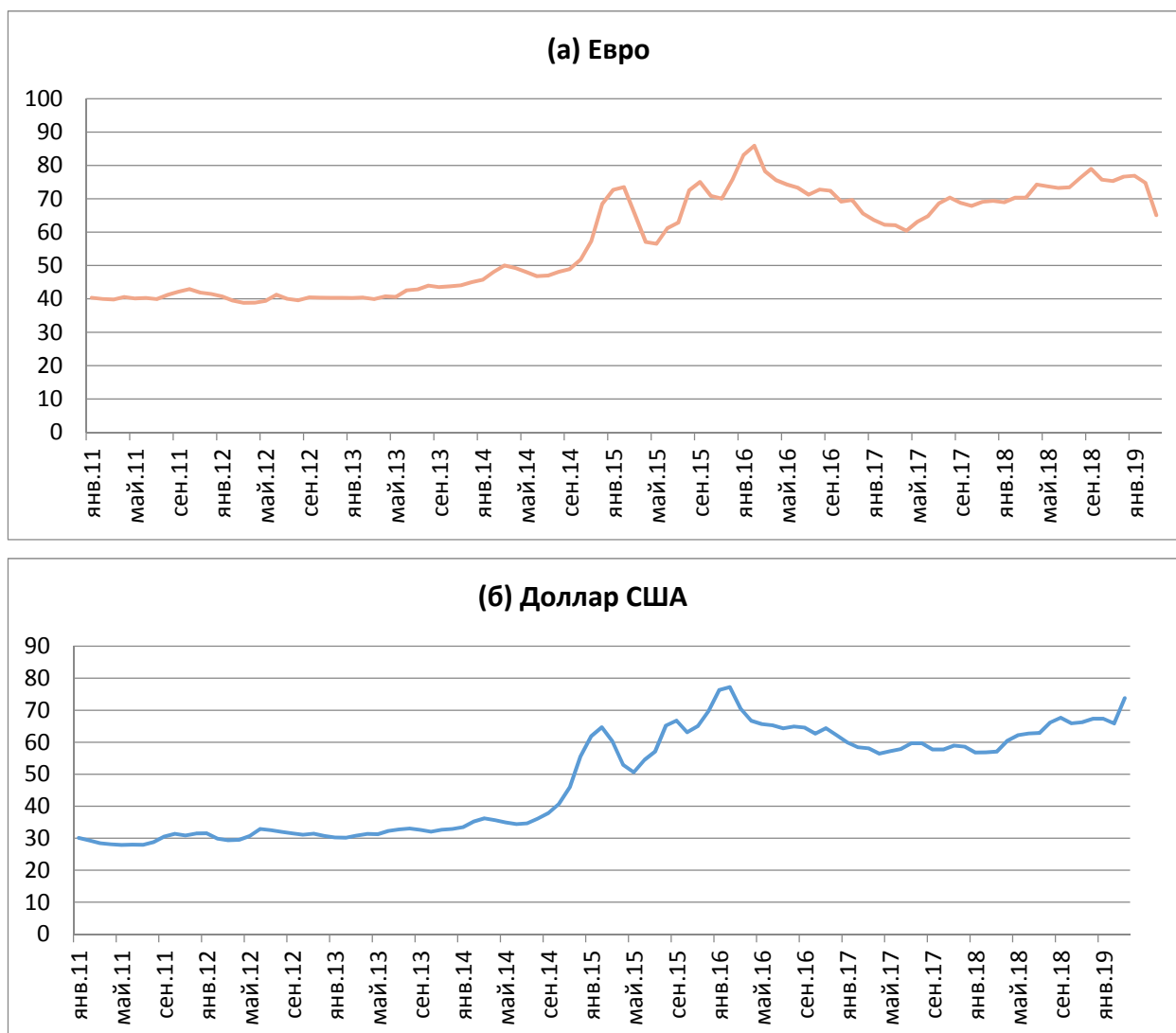


Рис. 4. Колебания среднемесячных курсов валют (а) евро и (б) доллара США за 2011 – март 2019 г., руб.

Источник: составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации. URL: <http://www.cbr.ru/> (дата обращения: 14.05.2019).

монополии, сегодня на рынке, на наш взгляд, наблюдается схожее с проявлением совершенной ценовой дискриминации (ценовая дискриминация первой степени) явление.

Как известно, совершенная ценовая дискриминация наблюдается тогда, когда устанавливаемая на каждую единицу блага цена равна цене спроса на него, в связи с этим цены продажи блага для всех покупателей различны. При этом допускается персональное и межличностное различие цен спроса.

На деятельности оптовых организаций это проявляется следующим образом. Зачастую оптовые фирмы перепродают свои товары именно в розничные сети, которые стремятся конкурировать

между собой за счет ценовой конкуренции, что сегодня крайне актуально и действительно привлекает потребителей. Соответственно, розничные сети желают видеть у себя на полках товар или по такой же как у конкурента цене, или даже ниже; при этом такой вариант, как снижение собственной наценки (величина которой достаточно немаленькая), компаниями не рассматривается – они требуют от оптовых компаний предоставления скидок. Последние вынуждены соглашаться на подобное развитие событий, потому как большинство сетей так или иначе взаимосвязаны, что позволяет им диктовать условия поставки и перекрывать возможность их осуществления в другие розничные сети одной



Рис. 5. Доля импортных продовольственных товаров в товарных ресурсах розничной торговли продовольственными товарами за 2008–2016 гг.

Источник: составлено автором по данным Росстата.

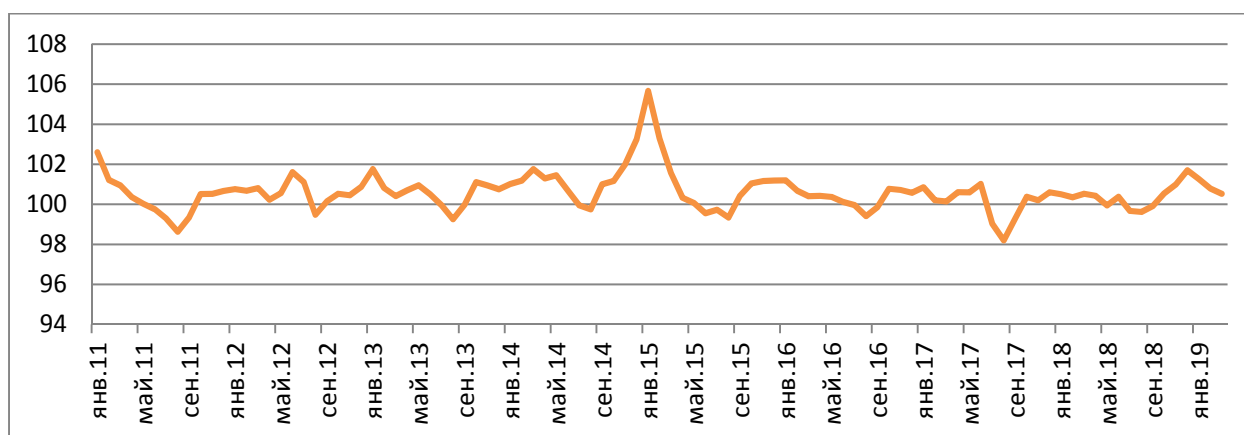


Рис. 6. Динамика индекса цен на продовольственные товары за 2011 – март 2019, %

Источник: составлено автором по данным Росстата.

группы компаний, что может привести в итоге к тому, что оптовой фирме будет просто некуда реализовать свой товар в срок.

В связи с этим агенты по оптовой торговле приспособились к тому, чтобы рассчитывать приблизительный размер наценки на свой товар в той или иной сети розничных магазинов и продавать им свой товар по различной цене для достижения равенства в цене реализации товара потребителям. Следовательно, такой фактор, как цену, устанавливаемую на товар оптовой торговой организацией, определить точно невозможно, однако вместо нее целесообразно рассматривать себестоимость такого товара как величину, которая должна быть покрыта за счет цены реализации, а также индекс уровня цен на потребительские продукты.

В качестве же показателя, отражающего финансовый результат, на наш взгляд, следует рассматривать выручку, очищенную от НДС, потому как именно ее величина характеризует эффективность хозяйственной деятельности компании по реализации своих товаров на рынке, так как именно выручка как доход от основной деятельности является главным источником формирования чистой прибыли.

Следовательно, возможно представление зависимости выручки (очищенной от НДС) от указанных факторов в виде эконометрической модели. При этом выручка, очищенная от НДС, будет выступать в модели в качестве эндогенной переменной, а численность фирм конкурентов на рынке, доля импортных товаров в товарообороте, колебание курса валют, себестоимость товаров

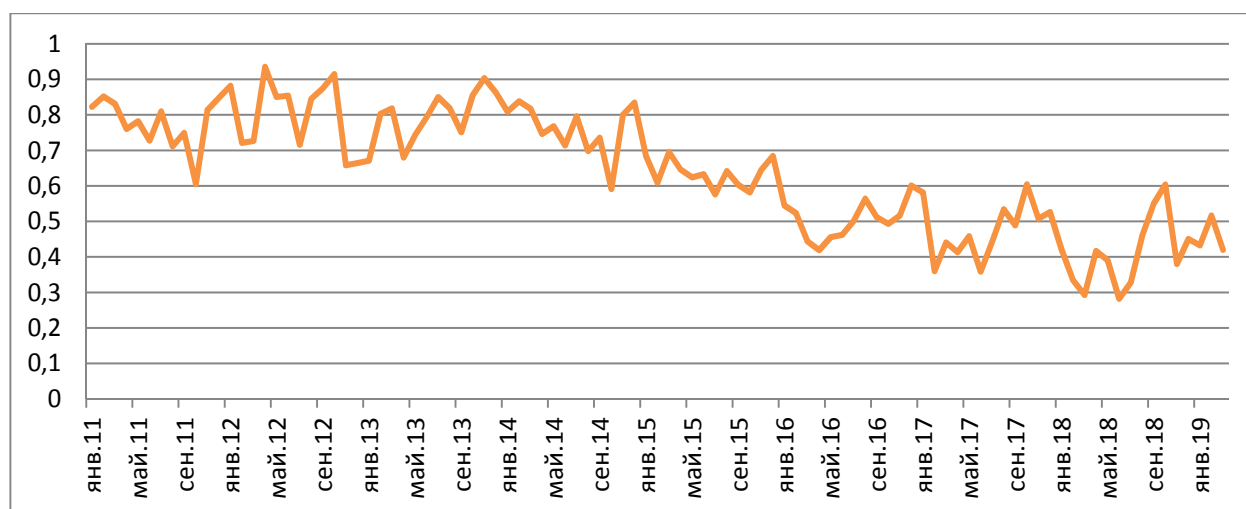


Рис. 7. Доля импортных товаров в товарообороте ООО «Х» за 2011 – март 2019 гг.

Источник: составлено автором по данным организации ООО «Х».

и индекс потребительских цен – экзогенных переменных.

Соответственно, их взаимосвязь можно представить в виде линейной модели множественной регрессии вида (1):

$$\left. \begin{aligned}
 Y_t &= \beta_0 + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + \beta_3 X_{3t} + \\
 &+ \beta_4 X_{4t} + \beta_5 X_{5t} + \beta_6 X_{6t} + \varepsilon_t
 \end{aligned} \right\}, (1)$$

$$\beta_0 > 0 \quad \beta_1 < 0 \quad \beta_2 > 0 \quad \beta_3 > 0 \quad \beta_4 > 0 \quad \beta_5 > 0 \quad \beta_6 > 0$$

где Y_t – выручка, очищенная от НДС; X_{1t} – численность фирм конкурентов на рынке; X_{2t} – доля импортных товаров в товарообороте; X_{3t} – колебание курса валют (евро); X_{4t} – колебание курса валют (доллар США); X_{5t} – себестоимость товара; X_{6t} – индекс потребительских цен; ε_t – случайное возмущение.

Построение данной модели рассмотрим на примере организации – агента по оптовой торговле пищевыми продуктами – ООО «Х», осуществляющего свою деятельность на российском рынке уже на протяжении 15 лет. Данная компания является представителем малого бизнеса и специализируется преимущественно на кондитерских изделиях, таких как печенье и конфеты. При этом важным является переход предприятия от преобладания в его товарообороте импортных товаров в начале деятельности (2003 г.) к практически равному соотношению с отечественной продукцией к 2017 г., что подтверждает наличие действия всех указанных в модели факторов на данную организацию (рис. 7). При закупках за рубежом компания

осуществляет преимущественно прямой импорт, иными словами, закупает продукцию непосредственно у производителей.

При рассмотрении изменения такого показателя, как себестоимость, можно заметить сходство с динамикой доли импортных товаров в товарообороте компании (рис. 8). Это связано в первую очередь с тем, что основные планы по закупке зарубежной продукции привязаны к праздникам и направлены на приобретение тематически оформленной продукции (поздравление с 1 сентября в виде коробки конфет или банки печенья, новогодние сладкие подарки и т.д.).

В качестве статистики для составленной модели будем рассматривать данные по факторам: численность фирм-конкурентов на рынке (см. рис. 2), доля импортных товаров в товарообороте (см. рис. 7), колебание курса валют евро (см. рис. 4а) и доллар США (см. рис. 4б), себестоимость товара (рис. 8), индекс потребительских цен (см. рис. 6) за период с января 2011 по март 2019 г.; при этом в качестве временного периода будем рассматривать календарный месяц.

Перед началом оценки качества модели (1), ее адекватности и работы с полученной моделью необходимо провести проверку наличия мультиколлинеарности между регрессорами (факторами) и соблюдение предпосылок Гаусса-Маркова.

При тестировании наличия мультиколлинеарности между рассматриваемыми в модели факторами применим тест Фаррара-Глоубера, который благодаря трем уровням проверки дан-

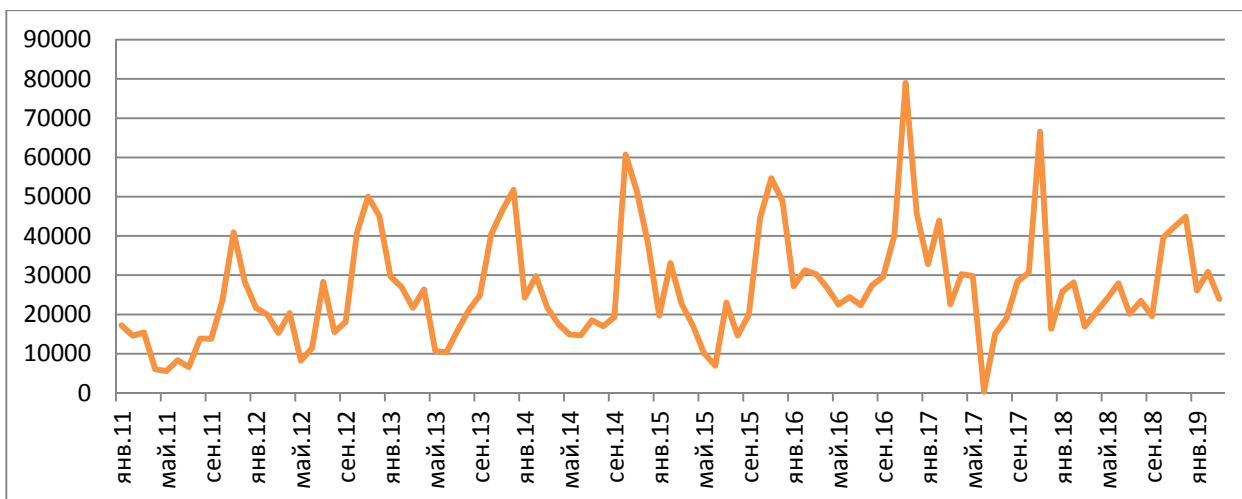


Рис. 8. Динамика изменения величины себестоимости товаров за 2011 – март 2019 гг., тыс. руб.

Источник: составлено автором по данным организации ООО «Х».

ных позволит определить наличие взаимосвязи между конкретными регрессорами. В результате применения данного теста была установлена тесная взаимосвязь между следующими парами показателей:

- между числом конкурентов на рынке (X_1) и долей импортных товаров в товарообороте (X_2);
- между числом конкурентов на рынке (X_1) и курсом валют (евро) (X_3);
- между числом конкурентов на рынке (X_1) и курсом валют (доллар США) (X_4);
- между числом конкурентов на рынке (X_1) и себестоимостью товаров (X_5);
- между долей импортных товаров в товарообороте (X_2) и курсом валют (евро) (X_3);
- между долей импортных товаров в товарообороте (X_2) и курсом валют (доллар США) (X_4);
- между долей импортных товаров в товарообороте (X_2) и индексом цен на продовольственные товары (X_6);
- между курсом валют (евро) (X_3) и курсом валют (доллар США) (X_4);
- между себестоимостью товаров (X_5) и индексом цен на продовольственные товары (X_6).

Большое число мультиколлинеарных между собой регрессоров в модели делает ее использование нерациональным. В связи с этим рассмотрим три отдельные спецификации, позволяющие скомбинировать рассматриваемые факторы таким образом, чтобы избежать наличия тесной взаимосвязи между ними (2), [3а и 3б (в зависимости от выбранного курса валюты)] и (4):

$$\left. \begin{aligned} Y_t &= \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{6t} + \varepsilon_t \\ \beta_1 &< 0 \quad \beta_2 > 0 \end{aligned} \right\}, \quad (2)$$

$$\left. \begin{aligned} Y_t &= \beta_0 + \beta_1 X_{3t} + \varepsilon_t \\ \beta_0 &> 0 \quad \beta_1 > 0 \end{aligned} \right\}, \quad (3a)$$

$$\left. \begin{aligned} Y_t &= \beta_0 + \beta_1 X_{4t} + \varepsilon_t \\ \beta_0 &> 0 \quad \beta_1 > 0 \end{aligned} \right\}, \quad (3b)$$

$$\left. \begin{aligned} Y_t &= \beta_1 X_{2t} + \beta_2 X_{5t} + \varepsilon_t \\ \beta_1 &> 0 \quad \beta_2 > 0 \end{aligned} \right\}. \quad (4)$$

Представленные спецификации свободны от мультиколлинеарности между регрессорами; и следующим этапом работы с ними будет являться проверка соблюдения предпосылок Гаусса-Маркова.

В отношении первой спецификации (2) следует отметить, что согласно тесту Харке-Бера случайные возмущения (остатки) модели имеют нормальное распределение, однако в данной модели нарушаются предпосылки Гаусса-Маркова о гомоскедастичности (по тесту Голдфельда-Квандта) и отсутствию автокорреляции случайного возмущения (остатка) [по тестам Дарбина-Уотсона и Бреуша-Годфри (автокорреляция 15 порядка)]. В связи с этим использование модели осложняется необходимостью применения обобщенного метода наименьших квадратов (ОМНК) для оценки ее параметров. При этом модель характеризуется

как качественная (по F -тесту и R^2 -тесту), но при этом не является адекватной, что сигнализирует о том, что данная спецификация не позволит получать достоверный прогноз величины выручки (очищенной от НДС).

В отношении второй (3а) и третьей (3б) спецификаций, которые по сути своей представляют собой одну модель, единственной разницей между которыми выступает замена данных по фактору курс валюты – в первом случае выбирается валюта евро, во втором – доллар США, следует отметить, что случайные возмущения (остатки) модели нормально распределены и гомоскедастичны. Но в данной модели установлена автокорреляция 14 порядка. Следовательно, в данном случае наблюдаются почти те же осложнения, что и в первой спецификации, также требующие применения ОМНК. При этом спецификации (3а) и (3б) имеют низкую объясняющую способность R^2 и являются некачественными. Эти факты указывают на то, что конкретную модель также не следует использовать для прогнозирования выручки (очищенной от НДС), потому как один курс валюты не способен объяснить ее изменение.

В рамках четвертой спецификации (4) рассмотрим зависимость финансового результата от основного вида деятельности от доли импортных товаров в товарообороте (X_2) и себестоимости всех товаров компании (X_5). В этой модели с нормально распределенным случайным возмущением соблюдаются все предпосылки Гаусса-Маркова. При этом модель обладает высокой объясняющей способностью, является качественной в соответствии с информационными критериями Акайке (AIC), Шварца (SC), Байесовским (BIC) и Хеннана-Куинна (HQ). С 95%-ной вероятностью модель признана адекватной по интервальному прогнозированию.

Для рассматриваемой компании ООО «Х» оцененный вид модели будет выглядеть следующим образом (5):

$$\left. \begin{aligned} Y_t &= 8446,03X_{2t} + 1,34X_{5t} + \varepsilon_t \\ S_{\beta_1} &= 1924,64 \quad S_{\beta_2} = 0,043 \quad \sigma_\varepsilon = 6881,79 \end{aligned} \right\} (5)$$

Следовательно, можно сделать вывод, что для данной компании импортные товары в ее товарообороте оказывают существенное влия-

ние на финансовый результат от основного вида деятельности – выручку (очищенную от НДС). Так, повышение себестоимости товаров на 1 тыс. руб. приведет к увеличению выручки лишь на 1,34 тыс. руб. (иными словами, «наценка» на себестоимость будет составлять примерно 340 руб.), в то время как при росте доли импортных товаров в товарообороте компании выручка возрастет на 8446 тыс. руб. Соответственно, ООО «Х» в будущем следует вернуться к импортоориентированной политике в целях дальнейшего развития своей хозяйственной деятельности.

Данная эконометрическая модель подтверждает суждение о важности осуществления импортных операций малыми предприятиями – агентами по оптовой торговле, потому как, несмотря на большие затраты по приобретению (за счет курсовых разниц), логистике и проведению товара через все предписанные таможенные процедуры, импортные товары позволяют значительно повысить выручку компании, так как нет необходимости вступать в ценовую конкуренцию.

Таким образом, агенты по оптовой торговле, особенно, относящиеся к категории малых предприятий, в будущем действительно будут стремиться к увеличению доли импортных товаров в своем товарообороте для того, чтобы компания развивалась за счет такого источника финансирования роста, как прибыль (потому как возможность получения кредита и займов для малого бизнеса на сегодняшний день значительно ограничена), а в данный момент и предыдущие два-три года предприятия были вынуждены искать партнеров преимущественно среди российских производителей, чтобы «пережить» неблагоприятный период в экономике и не стать банкротом. При этом следует отметить, что организации, которые вовремя переключили свое внимание на отечественные товары, в большинстве своем смогли еще и улучшить показатели своего финансового состояния и устойчивости до уровня, предшествующего кризису.

Применение модели (4) может показать зависимость финансовых результатов конкретной фирмы – агента по оптовой торговле продовольственными товарами – от доли импортных товаров в ее товарообороте, что позволит руко-

водству предприятия принять управленческое решение о дальнейшей стратегии поведения организации на рынке, определив рациональность возвращения к импортоориентированной политике, ее поддержания (в случае существенного изменения эндогенной переменной в сторону увеличения под влиянием изменения непосредственно доли импорта в товарообороте) или отказа от нее в пользу сотрудничества с отечественными производителями (при несущественном воздействии на выручку колебаний доли импорта).

Список источников

1. Логинова И.В., Титаренко Б.А., Саяпин С.Н. Экономические санкции против России. *Актуальные вопросы экономических наук*. 2015;(47):38–44.
2. Петрова В. Анализ состояния и развития торговой отрасли Российской Федерации. В сб.: Учет, аудит и налогообложение в обеспечении экономической безопасности предприятий. Межвузовский сборник научных трудов. Ч. 2. М.: Русайт; 2018;313–316.
3. Замалиева Р.Г. Эффективность торговой деятельности в оптовой торговле. В сб.: Конкурентоспособность территорий. Материалы XX Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов. Екатеринбург: 2015;118–122.
4. Прушковский Л.В., Глазунова О.А. Значение оптовой торговли в системе хозяйственных отношений с розничной торговлей. *Научный результат*. 2016;(7):37–43.
5. Нуреев Р.М. Экономические санкции против России: ожидания и реальность. М.: КНОРУС; 2017. 194 с.
6. Жукова О.М., Качкова О.Е. Влияние современных экономических условий на хозяйственную деятельность торговых организаций. *Актуальные проблемы социально-экономического развития России*. 2017;(4):59–64.
7. Aboudarham M. Wholesale food service contract: Resolution of conflicts between distributors and suppliers on the wholesale food service market. *PM World Journal*. 2018;(7):1–11.

References

1. Loginova I.V., Titarenko B.A., Sajapin S.N. Economic sanctions against Russia. *Aktual'nye voprosy ekonomicheskikh nauk*. 2015;(47):38–44. (In Russ.).
2. Petrova V. Analysis of the condition and development of the trade industry of the Russian Federation. *Uchet, audit i nalogooblozhenie v obespechenii ekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatij*. 2018:313–316. (In Russ.).
3. Zamalieva R.G. Efficiency of trade activity in wholesale trade. *Konkurentosposobnost' territorij*. 2017:118–122. (In Russ.).
4. Prushkovsky L.V., Glazunova O.A. The importance of wholesale trade in the system of economic relations with retail trade. *Nauchnyj rezul'tat*. 2016;(7):37–43. (In Russ.).
5. Nureev R.M. Economic sanctions against Russia: expectations and reality. Moscow: KNORUS; 2017. 194 p. (In Russ.).
6. Zhukova O.M., Kachkova O.E. Influence of modern economic conditions on economic activity of trade organizations. *Aktual'nye problemy social'no-ekonomicheskogo razvitija Rossii*. 2017;(4):59–64. (In Russ.).
7. Aboudarham, Mikael Wholesale Food Service Contract: Resolution of conflicts between distributors and suppliers on the wholesale food service market. *PM World Journal*. 2018;(7):1–11.