

Социальные сети торговых организаций

УДК 339.3

ИВАНОВ Геннадий Геннадьевич,
доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой Торговой политики
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова», Москва (E-mail: ivanov.gg@rea.ru)
МАЙОРОВА Елена Александровна,
старший преподаватель кафедры Торговой политики
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова», Москва (E-mail: mayorova.ea@rea.ru)

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация.

Предмет/тема. Статья посвящена исследованию нематериальных активов как инструмента повышения эффективности розничной торговли.

Цели/задачи. Определить факторы, влияющие на эффективность использования нематериальных активов в розничной торговле, и на этой основе предложить комплекс мер, направленных на совершенствование нематериальных активов розничных торговых организаций и, соответственно, повышение эффективности деятельности последних.

Методология. Анализ, сравнение, классификация, группировка.

Вывод. Эффективность использования нематериальных активов в розничной торговле зависит от факторов, обусловленных свойствами нематериальных активов, факторов, связанных с нематериальными активами организации, факторов внешней, внутренней и мезосреды организации. Предложенные на основе указанных факторов инструменты совершенствования нематериальных активов розничной торговли с целью повышения ее эффективности включают охрану и защиту прав на нематериальные активы, учетную политику, страхование, оптимизацию структуры ресурсного потенциала субъекта торговли, мониторинг и взаимодействие с мезосредой, мониторинг внешней среды субъекта торговли, использование особых свойств нематериальных активов.

Ключевые слова: нематериальные активы, интеллектуальная собственность, розничная торговля, торговая организация, факторы, эффективность, эффективность торговли.

JEL classification: L81, E22

Social networking trade organizations

Gennady G. Ivanov, Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of the Department of Trade Policy, Plekhanov Russian University of
Economics, Moscow (E-mail: ivanov.gg@rea.ru)

Elena A. Mayorova, Senior lecturer, Department of Trade Policy,
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow
(E-mail: mayorova.ea@rea.ru)

INTANGIBLE ASSETS ROLE IN THE RETAIL PERFORMANCE

IMPROVEMENT

Abstract

Rationale The article presents the intangible assets as a tool to improve the efficiency of retail structures. The main goal of the study was to identify the factors affecting the efficiency of the intangible assets usage in the retail trade and to propose on that basis a set of measures aimed at the improvement of the retailers' intangibles and, consequently, the increase of their activities efficiency.

Methods Such scientific methods as analysis, comparison, classification and grouping have been employed within the current research.

Conclusions The effective usage of intangible assets in the retail industry depends on factors determined by the nature of intangibles, factors related to the intangible assets of the organization, external and internal factors and also the meso-environment factors. The instruments of intangible assets of retail improvement in order to enhance its effectiveness should include the protection of rights on intangible assets, accounting policies, insurance, optimization of resource potential of retail enterprise, monitoring and interaction with the meso-environment, monitoring of the external environment of retail enterprise and the special qualities of intangible assets usage.

Key words: *intangible assets, intellectual property, retail, retail enterprise, factors, performance, trade performance.*

Введение. Обеспечение эффективности финансово-хозяйственной деятельности – базовая задача любого экономического субъекта, традиционно решаемая розничными торговыми организациями на основе оптимизации ассортимента, совершенствования процесса товародвижения, системы стимулирования продаж и т.п. В современных условиях, по мнению ряда ученых (О.Н. Емельянова [4], Г.Д. Магомедов [11], М.В. Селюков [18], С.В. Семенов [19] и др.), существенный рост эффективности в торговой отрасли также возможен в результате использования нематериальных активов.

Отмечаемое наукой повышение значимости нематериальных активов для розничных торговых структур подтверждается статистическими оценками¹: стоимость нематериальных активов розничной торговли РФ за 2004-2014 гг. возросла в 61 раз, ее доля в стоимости внеоборотных активов торговли за тот же период увеличилась в 5 раз; коэффициент корреляции между прибылью и долей нематериальных активов в общей величине активов торговой отрасли равняется 0,7, что свидетельствует о наличии достаточно сильной зависимости между этими показателями. Объем инвестиций, направленных розничными торговыми организациями на создание и приобретение программного обеспечения и баз данных, в 2014 г. повысился более чем на 200% по сравнению с 2013 г. и составил около 3 млрд руб.

Сформировавшиеся тенденции требуют проведения научных

¹ Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования. Рассчитано авторами на основе [29]

исследований, направленных на развитие теоретических и практических разработок в области регулирования эффективности деятельности субъектов торговли на основе нематериальных активов.

Краткий обзор исследований и публикаций. В последние годы нематериальные активы являлись предметом исследования многих ученых, как российских (Е.В. Валенцева [2], Н.Н. Егорова [3], И.П. Комиссарова [9], Т.В. Никиточкина [15], Н.А. Саакян [17], Е.Д. Щетинина [23] и др.), так и зарубежных (I. Abeyssekera [24], M.A. Axtle-Ortiz [25], M. Greco [26], O. Kumlu [28] и др.). В своих работах они сформулировали подходы к пониманию сущности нематериальных активов, проанализировали зависимости между нематериальными активами и целевыми показателями деятельности организаций, рассмотрели отдельные стратегические аспекты управления нематериальной составляющей субъектов различной отраслевой принадлежности.

Результаты исследований нематериальных активов торговли с учетом отраслевых особенностей достаточно широко представлены в предыдущих работах авторов. В том числе в статье [12] сформулировано уточненное определение нематериальных активов розничной торговли как «...неосязаемых, нефинансовых объектов, в результате использования которых розничная торговая организация ожидает получить экономические выгоды, контролируемые ею посредством реализации прав на получение таких выгод и ограничение доступа к ним других лиц».

В работе [14] выявлены взаимосвязи между использованием нематериальных активов и различными аспектами социально-экономической эффективности торговли. В частности, обосновано влияние применения нематериальных активов в операционной деятельности торговой структуры (при реализации товаров и в процессе управления), предоставления права на нематериальные активы третьим лицам на основе франчайзинга, отчуждения и ликвидации нематериальных активов на доходы, расходы, прибыль, фондоотдачу, рентабельность, рыночную стоимость, ликвидность и прочие показатели, прямо или косвенно характеризующие экономический эффект и экономическую эффективность деятельности торговой организации.

В [13] опубликованы методические разработки в области оценки влияния нематериальных активов на эффективность функционирования субъектов торговли. В [27] рассмотрено, как эффективное управление нематериальными активами способствует формированию дополнительных конкурентных преимуществ розничных торговых организаций. Анализируя современное состояние исследований нематериальных активов розничной торговли, также необходимо отметить статьи, посвященные их элементам, в том числе собственным торговым маркам (или «private labels») [5,16,20], франшизам [6,8,10,21], интеллектуальной собственности [1], деловой репутации [7].

Таким образом, в настоящий момент по рассматриваемой проблематике сформирована достаточно обширная теоретическая база. Вместе с тем

неисследованными остаются пути повышения эффективности деятельности розничных торговых структур на основе нематериальных активов.

Цель настоящей статьи – определить факторы, влияющие на эффективность использования нематериальных активов в розничной торговле, и на этой основе предложить комплекс мер, направленных на совершенствование нематериальных активов розничных торговых организаций и, соответственно, повышение эффективности деятельности последних.

Факторы, влияющие на эффективность использования нематериальных активов в розничной торговле. Важным условием повышения эффективности розничной торговли на основе нематериальных активов является определение факторов, оказывающих воздействие на эффективность их использования (рисунок 1).



Рисунок 1 – Факторы, влияющие на эффективность нематериальных активов в розничной торговле *Источник: Составлено авторами*

Факторы, связанные со свойствами нематериальных активов, наглядно проявляются при их сравнении с материальными активами (таблица 1). Они обусловлены отсутствием у нематериальных активов осязаемой формы и не зависят от деятельности торговой организации, но создают предпосылки для повышения ее эффективности (например, за счет освоения новых рынков на основе франчайзинга, одновременного использования различных рекламных средств и т.п.).

Таблица 1

Сравнительная характеристика нематериальных и материальных активов

Нематериальные активы	Материальные активы
Возможность одновременного применения разными способами	Возможность применения одним способом в одном месте в конкретный момент времени
Возможность одновременного применения разными лицами	Одновременное применение одним лицом – владельцем
Уникальность каждого актива	Существование идентичных активов
Обеспечение долгосрочного конкурентного преимущества	Обеспечение конкурентного преимущества в краткосрочном периоде
Отсутствие внутренней ценности	Наличие внутренней ценности
Независимость ценности части активов от времени существования	Снижение ценности с течением времени
Возможность опосредованного влияния на результаты хозяйственной деятельности	Непосредственное влияние на результаты хозяйственной деятельности
Относительная сложность правовой охраны и защиты	Относительная простота охраны и защиты права собственности

Источник: Составлено авторами

Факторы, связанные с нематериальными активами конкретной торговой организации (надежность и срок правовой охраны, присутствие актива в бухгалтерском учете, наличие страховых документов и др.), являются наиболее значимыми с точки зрения эффективности ее деятельности и требуют целенаправленного управления. Именно эти факторы должны составлять основу мероприятий, направленных на повышение эффективности розничной торговли за счет использования нематериальных активов.

Факторы внутренней среды (характеризуемые прочими нематериальными, материальными, финансовыми и трудовыми ресурсами) также непосредственно зависят от решений, принимаемых в конкретной торговой структуре, и требуют специального управленческого воздействия. Факторы мезосреды связаны с ближайшим окружением субъекта розничной торговли и подразумевают управление в пределах возможности его влияния на потребителей, конкурентов и контрагентов. Факторы внешней среды не подвержены влиянию со стороны торговой организации, оказывают косвенное воздействие на эффективность использования нематериальных активов и должны находиться под постоянным контролем.

Базируясь на представленных факторах, сформулируем перечень инструментов, которые, по нашему мнению, позволят усовершенствовать нематериальные активы субъекта торговли и на этой основе повысить эффективность его работы.

Инструменты повышения эффективности розничной торговли на основе нематериальных активов

1. *Юридическая охрана и защита прав на нематериальные активы* подразумевает: определение возможности, необходимости и целесообразности охраны права на нематериальный актив в виде регистрации исключительного права на объект интеллектуальной собственности (при этом следует учитывать затраты, связанные с регистрацией, и предполагаемую выгоду от использования актива, а также его значимость для организации, связанные с активом риски, предполагаемый срок и способы применения); в случае принятия решения о необходимости правовой охраны нематериального актива – определение ее конкретного способа, что связано с возможностью различной охраны одного и того же объекта (при этом следует учитывать особенности того или иного способа, а именно предоставляемый срок правовой охраны и возможность его продления, стоимость регистрации, надежность, риски); отслеживание сроков прав на объекты интеллектуальной собственности и их своевременное продление; в случае нарушения исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности, нарушения условий связанных с нематериальными активами договоров, а также действий, наносящих вред деловой репутации торговой организации, защита соответствующих прав в установленном законом порядке.

Указанные действия позволяют субъекту торговли повысить эффективность использования его нематериальных активов и, соответственно, получить дополнительные экономические выгоды и преимущества в результате возникающих в связи с правовой охраной возможностей. В частности, наличие охранных документов (патентов, свидетельств) на интеллектуальную собственность предоставляет розничной торговой организации: возможность монопольного применения актива; возможность законного преследования недобросовестных конкурентов и нарушителей исключительных прав; возможность передачи прав на актив по договору лицензии, договору коммерческой концессии, в залог, в уставный капитал других организаций, в качестве вклада при создании альянса; возможность отражения нематериального актива в бухгалтерской документации и др.

2. *Учетная политика.* Основными аспектами учетной политики в отношении нематериальных активов являются: непосредственно возможность и необходимость отражения актива в учете, определение балансовой стоимости актива, а также амортизационная политика. Нормативными документами (ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов», IAS 38 «Нематериальные активы») установлены требования, которым должен соответствовать объект для принятия его к учету. Указанным требованиям, например, не соответствует внутренне созданная деловая репутация. Вместе с тем в некоторых случаях организация может самостоятельно принимать решения о постановке на учет нематериальных активов, в результате чего изменяется их общая балансовая стоимость. При

этом, если ранее единственным способом оценки нематериальных активов был затратный подход, и все затраты подтверждались документально, то в настоящее время предусмотрены возможности увеличения балансовой стоимости. Следует учитывать, что отражение нематериальных активов по более высокой стоимости может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на результаты деятельности организаций.

В качестве отдельного направления учетной политики можно рассматривать механизм амортизации нематериальных активов. Повышение величины амортизационных отчислений с одной стороны, приводит к уменьшению налога на прибыль, снижению потребности организации в заемных денежных средствах за счет амортизационного фонда, с другой стороны – к снижению показателей прибыли и рентабельности, росту цен.

3. *Страхование нематериальных активов* предполагает в первую очередь страхование прав на объекты интеллектуальной собственности. Страхование позволяет торговой организации минимизировать риски, связанные с утратой или повреждением подтверждающих право организации на нематериальные активы документов; хищением, разглашением, повреждением, искажением информации; утерей исключительного права на учитываемый в качестве нематериального актива объект интеллектуальной собственности; изменениями законодательных и нормативных требований; недобросовестной конкуренцией, реализацией контрафактной продукции; неисполнением лицензионных соглашений и др.

Преимуществами страхования интеллектуальной собственности для организации являются [22]: обеспечение финансовых источников для защиты интеллектуальной собственности, предотвращение необходимости отвлечения собственных средств на защиту интеллектуальной собственности, повышение привлекательности для инвесторов (в связи с минимизацией рисков), управление повышением оценочной стоимости и др. Вместе с тем при принятии решения о целесообразности страхования того или иного объекта интеллектуальной собственности, включаемого в состав нематериальных активов, следует учитывать необходимые затраты.

4. *Оптимизация структуры ресурсного потенциала субъекта торговли.* Эффективное функционирование розничной торговой организации требует наличия в ее распоряжении материальных, нематериальных¹, трудовых и финансовых ресурсов. Оптимизация структуры ресурсного потенциала должна быть направлена на приведение его составляющих в соответствие друг с другом. Например, максимизации отдачи от нематериальных активов как основной части нематериальных ресурсов будут способствовать мероприятия по управлению трудовыми ресурсами, в том

¹ под нематериальными ресурсами понимаются «неосязаемые, нефинансовые объекты, реально или потенциально используемые в деятельности торговых организаций» [12]. Основной составляющей нематериальных ресурсов являются нематериальные активы.

числе формирование у сотрудников умения создавать и эффективно использовать нематериальные активы. Для этого необходимо учитывать знания в области нематериальных активов претендентов на работу при их поиске и отборе; организовывать обучение сотрудников (в форме тренингов, курсов и т.д. – как непосредственно в организации, так и направляя сотрудников в соответствующие учебные заведения); контролировать знания нематериальных активов (в том числе при аттестации сотрудников). Другим инструментом может стать создание специальных отделов (должностей), основная задача которых заключается в управлении нематериальными активами или их отдельными видами, а также аспектами функционирования. Такими структурными единицами могут быть: отдел (менеджер) по управлению нематериальными активами, знаниями, инновациями, собственными торговыми марками и т.д. Аналогично следует привести в соответствие с нематериальными активами финансовые и материальные ресурсы.

5. Мониторинг и взаимодействие с мезосредой субъекта торговли. Мезосреда торговой организации в основном характеризуется потребителями, производителями и контрагентами. Предпочтения, ожидания, личное отношение потребителей (их готовность использовать инновационные технологии – кассы самообслуживания, мобильные приложения и т.п., восприятие средств индивидуализации) оказывают непосредственное влияние на результаты, получаемые от применения нематериальных активов. Инструментами формирования положительного отношения потребителей к тем или иным нематериальным активам и торговой структуре в целом являются, например, различные способы PR и рекламы, информирование и обучение потребителей, изучение и удовлетворение их потребностей и предпочтений, связанных с нематериальными активами.

Взаимодействие с производителями (поставщиками) с целью повышения эффективности деятельности торговой структуры и ее нематериальных активов включает работу на двух этапах: во-первых, в процессе подбора поставщиков наряду с прочими факторами необходимо учитывать их нематериальные активы, в том числе деловую репутацию, во-вторых, в процессе совместной работы возможны действия, направленные на повышение эффективности нематериальных активов поставщиков, что в свою очередь положительно скажется на работе торговой организации. Особым направлением взаимодействия с производителем является реализация торговой организацией товаров под собственными торговыми марками.

Работа с конкурентами, особенно актуальная в связи высоким уровнем конкуренции в розничной торговле, подразумевает мониторинг нематериальных активов конкурирующих компаний, бенчмаркинг, выявление и пресечение случаев недобросовестной конкуренции, контрафакта и др.

6. Мониторинг внешней среды субъекта торговли. Внешняя среда

розничной торговой организации характеризуется социокультурными, технологическими, экономическими, политическими, нормативными, правовыми, международными факторами. Соответственно, работа с внешней средой в настоящем контексте предполагает: изучение социокультурных характеристик (демографического состава, культурных ценностей, убеждений, стиля жизни и т.д.) потребителей; изучение, выявление, приобретение и использование применимых в розничной торговле инновационных и информационных технологий, их адаптацию к потребностям отрасли; анализ и прогнозирование макроэкономических показателей и учет наметившихся тенденций при управлении нематериальными активами, в том числе собственными торговыми марками; мониторинг политики государства в области внутренней и внешней торговли, политики инновационного развития; изучение действующего законодательства (в сфере интеллектуальной собственности, связанных с нематериальными активами договоров и деловой репутации) и его возможных изменений; изучение судебной практики, сложившейся в области правовой охраны и защиты интеллектуальной собственности и деловой репутации и др.

7. Использование особых свойств нематериальных активов. Основные свойства нематериальных активов заключаются в возможности их одновременного применения разными способами и лицами (например, на основе франчайзинга, в разных средствах рекламы и др.), что способствует повышению информированности и лояльности покупателей, снижению затрат на продвижение нового товара, освоению новых рынков и т.п.; в уникальности каждого отдельного нематериального актива, которая позволяет создать устойчивые долгосрочные конкурентные преимущества, и др. Кроме того, необходимо учитывать, что часто кажущиеся нецелесообразными затраты на нематериальные активы приводят к улучшению результатов работы торговой организации опосредованно.

Выводы

1. Эффективность использования нематериальных активов в розничной торговле зависит от факторов, обусловленных свойствами нематериальных активов (возможность единовременного применения различными способами и лицами, отсутствие внутренней ценности и др.); факторов, связанных с нематериальными активами организации (наличие охранных документов, страхования и др.); факторов внешней среды (социокультурные, технологические и др.), факторов мезосреды (потребители, контрагенты и др.), факторов внутренней среды (трудовые ресурсы, финансовые ресурсы и др.).

2. Совершенствованию нематериальных активов и соответствующему повышению эффективности розничной торговли способствует применение таких инструментов, как юридическая охрана и защита прав на нематериальные активы, учетная политика, страхование нематериальных активов, оптимизация структуры ресурсного потенциала субъекта торговли, мониторинг и взаимодействие с мезосредой субъекта торговли,

мониторинг внешней среды субъекта торговли, использование особых свойств нематериальных активов.

Список источников:

1. *Баженов Ю.К.* Розничная торговля в России. М.: ИНФРА-М, 2011. 239с.
2. *Валенцева Е.В.* Оценка качества управления нематериальными активами // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2015. № 12. С. 95-99.
3. *Егорова Н.Н.* Нематериальные активы в российской и международной практике // Бухгалтер и закон. 2015. № 2 (174). С. 35-42.
4. *Емельянова О.Н.* Современные подходы к оценке эффективности деятельности торгового предприятия: дис... канд. экон. наук. Красноярск, 2004. 194 с.
5. *Журкина Л.С., Уханова Ю.А., Никишин А.Ф.* Собственные торговые марки и их роль в повышении эффективности хозяйственной деятельности организаций торговли / В сборнике: Управление инновациями в современной науке. 2015. С. 65-68.
6. *Иванов Г.Г.* Использование франчайзинга в торговле // Российское предпринимательство. 2006. № 1. С. 104-107.
7. *Иванов Г.Г., Майорова Е.А.* Деловая репутация и эффективность торговли // Экономічний часопис-XXI. 2014. Т. 1. № 1-2. С. 54-57.
8. *Кахриманова Д.Г., Романова Н.В., Магомедов Г.Д.* Особенности разработки и ключевые аспекты франчайзингового бизнес-плана для участников франшизы // Инновационная экономика и современный менеджмент. 2015. № 5 (6). С. 3-7.
9. *Комиссарова И.П., Майорова А.Н.* Роль нематериальных ресурсов в обеспечении эффективности деятельности предприятия // Экономика и предпринимательство. 2016. № 3-2 (68-2). С. 540-542.
10. *Куприянова Л.М.* Анализ современного состояния и перспектив развития франчайзинга // Экономика. Бизнес. Банки. 2014. № 3 (8). С. 84-101.
11. *Магомедов Г.Д., Кахриманова Д.Г.* Новые технологии в сфере розничной торговли: современный подход // Аудит и финансовый анализ. 2015. № 3. С. 395-397.
12. *Майорова Е.А.* Нематериальные ресурсы торговых организаций // Экономика. Бизнес. Банки. 2016. № 2 (15). С. 111-122.
13. *Майорова Е.А.* Оценка влияния нематериальных активов на эффективность работы торговых организаций на основе факторных моделей // Экономика и предпринимательство. 2016. № 1-2 (66-2). С. 541-543.
14. *Майорова Е.А., Никишин А.Ф., Панкина Т.В.* Нематериальные активы и их влияние на социально-экономическую эффективность торговли // Экономика и предпринимательство. 2016. № 1-1 (66-1). С. 1133-1136.
15. *Никиточкина Т.В.* Механизмы учета и использования нематериальных активов в инновационной деятельности экономических систем: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Москва, 2010. 189 с.

16. Руденко О.Н., Качаева И.О. Влияние использования собственных торговых марок на развитие розничных торговых сетей // Теория и практика современной науки. 2016. № 1 (7). С. 309-314.

17. Саакян Н.А. Управление нематериальными активами как фактор повышения конкурентоспособности предпринимательской деятельности: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Ростов-на-Дону, 2010. 177 с.

18. Селюков М.В., Шалыгина Н.П., Савенкова И.В. Инструментарий поиска источников конкурентных преимуществ торговых организаций // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 5. С. 123.

19. Семененко С.В. Теоретическое обоснование структуры конкурентного потенциала торговой организации // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. № 1 (49). С. 185-199.

20. Старикова М.С. Трансформация взаимодействия промышленных корпораций и ритейлеров в сфере создания частных марок // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2015. № 1 (96). С. 168-174.

21. Сумина Е.С., Карацук О.С., Никишин А.Ф. Франчайзинг и его роль в повышении эффективности использования нематериальных активов торговой организации / В сборнике: Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности. 2015. С. 281-283.

22. Хоминич И.П., Финогенова Ю.Ю., Бакланова Л.Д., Минькова Е.Г. Страхование интеллектуальной собственности. М.: ГОУ ВПО «РЭА имени Г.В. Плеханова», 2010. 128 с.

23. Щетинина Е.Д., Кондрашов И.Б. Нематериальные активы как элемент бизнес-модели и стратегии предприятия // Белгородский экономический вестник. 2015. № 3 (79). С. 24-30.

24. Abeysekera I. Why do firms disclose and not disclose structural intangibles? // Advances in accounting. 2014. № 30 (2). P. 381-393.

25. Axtle-Ortiz M.A. Perceiving the value of intangible assets in context // Journal of business research. 2013. № 66 (3). P. 417-424.

26. Greco M., Cricelli L., Grimaldi M. A strategic management framework of tangible and intangible assets // European management journal. 2013. № 31 (1). P. 55-66.

27. Ivanov G., Mayorova E. Intangible assets and competitive advantage in retail: case study from Russia // Asian social science. 2015. Т. 11. № 12. P. 38-45.

28. Kumlu O. The effect of intangible resources and competitive strategies on the export performance of small and medium sized enterprises // Procedia - social and behavioral sciences. 2014. № 150. P. 24-34.

29. Первое Независимое Рейтинговое Агентство FIRA. URL: www.fira.ru (дата обращения 20.07.2015).

References:

Bazhenov Yu.K. Retail in Russia [Roznichnaya trgovlya v Rossii]. М.: INFRA-M, 2011. 239 pp. [in Russian]

Valentseva E.V. Evaluation of intangible assets management quality [Otsenka kachestva upravleniya nematerialnyimi aktivami], Science and Education: Industry and economics; entrepreneurship; law and governance [Nauka i obrazovanie: hozyaystvo i ekonomika; predprinimatelstvo; pravo i upravlenie] 2015 # 12. P. 95-99 [in Russian]

Egorova N.N. Intangible assets in the Russian and international practice [Nematerialnyie aktivyi v rossiyskoy i mezhdunarodnoy praktike], Accounting and law [Buhgalter i zakon] 2015 # 2 (174). P. 35-42 [in Russian]

Emelyanova O.N. Modern approaches to evaluating the effectiveness of the commercial enterprise [Sovremennyye podhodyi k otsenke effektivnosti deyatel'nosti torgovogo predpriyatiya]: PhD dissertation. Krasnoyarsk, 2004. 194 p. [in Russian]

Zhurkina L.S., Uhanova Yu.A., Nikishin A.F. Private labels and their role in improving the efficiency of economic activities of trade organizations [Sobstvennyie torgovyye marki i ih rol v povyishenii effektivnosti hozyaystvennoy deyatel'nosti organizatsiy torgovli], Management of innovations in modern science [Upravlenie innovatsiyami v sovremennoy nauke] 2015. P. 65-68 [in Russian]

Ivanov G.G. The use of franchising in trade [Ispolzovanie franchayzinga v torgovle], Russian Entrepreneurship [Rossiyskoe predprinimatel'stvo] 2006 # 1. P. 104-107 [in Russian]

Ivanov G.G., Mayorova E.A. Business Reputation and trade efficiency [Delovaya reputatsiya i effektivnost torgovli], Economic annals – XXI [Ekonomichny chasopis-XXI] 2014 T. 1 # 1-2. P. 54-57 [in Russian]

Kahrmanova D.G., Romanova N.V., Magomedov G.D. Features of development and key aspects of franchise business plan for the participants of the franchise [Osobennosti razrabotki i klyuchevyye aspekty franchayzingovogo biznes-plana dlya uchastnikov franshizyi], Innovative economy and modern management [Innovatsionnaya ekonomika i sovremennyy menedzhment] 2015 # 5 (6). P. 3-7 [in Russian]

Komissarova I.P., Mayorova A.N. Role of intangible resources in ensuring the effectiveness of an enterprise [Rol nematerialnykh resursov v obespechenii effektivnosti deyatel'nosti predpriyatiya], Economy and Entrepreneurship [Ekonomika i predprinimatel'stvo] 2016 # 3-2 (68-2). P. 540-542 [in Russian]

Kupriyanova L.M. Analysis of the current state and prospects of franchise development [Analiz sovremennogo sostoyaniya i perspektiv razvitiya franchayzinga], Economy. Business. Banks [Ekonomika. Biznes. Banki] 2014 # 3 (8). P. 84-101 [in Russian]

Magomedov G.D., Kahrmanova D.G. New technologies in the field of retail trade: the modern approach [Novyye tehnologii v sfere roznichnoy torgovli: sovremennyy podhod], Audit and financial analysis [Audit i finansovyy analiz] 2015 # 3. P. 395-397 [in Russian]

Mayorova E.A. Intangible resources of commercial enterprises [Nematerialnyie resursyi roznichnoy torgovli], Economy. Business. Banks [Ekonomika. Biznes. Banki] 2016 # 2 (15). P. 111-122 [in Russian]

Mayorova E.A. Assessing the impact of intangible assets on the efficiency of trade organizations on the basis of factor models [Otsenka vliyaniya nematerialnykh aktivov na effektivnost raboty torgovyykh organizatsiy na osnove faktornyykh modeley], Economy and Entrepreneurship [Ekonomika i predprinimatel'stvo] 2016 # 1-2 (66-2). P. 541-543 [in Russian]

Mayorova E.A., Nikishin A.F., Pankina T.V. Intangible assets and their impact on the socio-economic efficiency of trade [Nematerialnyie aktivyi i ih vliyanie na sotsialno-ekonomicheskuyu effektivnost torgovli], Economy and Entrepreneurship [Ekonomika i predprinimatel'stvo] 2016 # 1-1 (66-1). P. 1133-1136 [in Russian]

Nikitochkina T.V. Mechanisms intangible assets accounting and management in innovation activity of economic systems [Mehanizmy ucheta i ispolzovaniya nematerialnykh aktivov v innovatsionnoy deyatelnosti ekonomicheskikh system]: PhD dissertation, M., 2010. 189 p. [in Russian]

Rudenko O.N., Kachaeva I.O. Impact of using private labels on the development of retail chains [Vliyanie ispolzovaniya sobstvennykh torgovykh marok na razvitiye roznichnykh torgovykh setey], Theory and practice of modern science [Teoriya i praktika sovremennoy nauki] 2016 # 1 (7). P. 309-314 [in Russian]

Saakyan N.A. intangible assets management as a factor in increasing the competitiveness of business activity [Upravlenie nematerialnyimi aktivami kak faktor povysheniya konkurentosposobnosti predprinimatelskoy deyatelnosti]: PhD dissertation, Rostov-on-Don, 2010. 177 p. [in Russian]

Selyukov M.V., Shalygina N.P., Savenkova I.V. Instrumentation of sourcing competitive advantages of trade organizations [Instrumentariy poiska istochnikov konkurentnykh preimuschestv torgovykh organizatsiy], Modern problems of science and education [Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya] 2011 # 5. P. 123 [in Russian]

Semenenko S.V. The theoretical justification of the structure of competitive capacity of trade organization [Teoreticheskoe obosnovanie struktury konkurentnogo potentsiala torgovoy organizatsii], Bulletin of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law [Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava] 2014 # 1 (49). P. 185-199 [in Russian]

Starikova M.S. Transformation of interaction of industrial corporations and retailers in creating private label [Transformatsiya vzaimodeystviya promyshlennykh korporatsiy i riteylerov v sfere sozdaniya chastnykh marok], Bulletin of Irkutsk State Technical University [Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta] 2015 # 1 (96). P. 168-174 [in Russian]

Sumina E.S., Karaschuk O.S., Nikishin A.F. Franchising and its role in improving the efficiency of use of intangible assets of trade organization [Franchayzing i ego rol v povyshenii effektivnosti ispolzovaniya nematerialnykh aktivov torgovoy organizatsii], Breakthrough economic reforms in the conditions of risk and uncertainty [Proryivnyye ekonomicheskie reformy v usloviyakh riska i neopredelennosti] 2015. P. 281-283. [in Russian]

Hominich I.P., Finogenova Yu.Yu., Baklanova L.D., Minkova E.G. Intellectual Property Insurance [Strahovanie intellektualnoy sobstvennosti], M.: REA named after G.V. Plekhanov, 2010. 128 p. [in Russian]

Schetinina E.D., Kondrashov I.B. Intangible assets as a part of business model and strategy of the enterprise [Nematerialnyie aktivyi kak element biznes-modeli i strategii predpriyatiya], Belgorod Economic Bulletin [Belgorodskiy ekonomicheskii vestnik] 2015 # 3 (79). P. 24-30 [in Russian]

Abeysekera I. Why do firms disclose and not disclose structural intangibles? Advances in accounting. 2014 # 30 (2). P. 381-393 [in English]

Axtle-Ortiz M.A. Perceiving the value of intangible assets in context, Journal of business research. 2013 # 66 (3). P. 417-424 [in English]

Greco M., Cricelli L., Grimaldi M. A strategic management framework of tangible and intangible assets, European management journal. 2013 # 31 (1). P. 55-66 [in English]

Ivanov G., Mayorova E. Intangible assets and competitive advantage in retail: case study from Russia, Asian social science. 2015. T. 11 # 12. P. 38-45 [in English]

Kumlu O. The effect of intangible resources and competitive strategies on the export performance of small and medium sized enterprises // Procedia - social and behavioral sciences. 2014 # 150. P. 24-34 [in English]

First Independent Rating Agency FIRA. URL: www.fira.ru (accessed 20.07.2015).