

ИВАНОВ Геннадий Геннадьевич, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Торговой политики ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Москва (E-mail: ivanov.gg@rea.ru)

МАЙОРОВА Елена Александровна, старший преподаватель кафедры Торговой политики ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Москва (E-mail: mayorova.ea@rea.ru)

НИКИШИН Александр Фёдорович, кандидат технических наук, доцент кафедры Торговой политики ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Москва (E-mail: nikishin.af@rea.ru)

РЕЙТИНГОВАНИЕ РЕГИОНОВ РФ НА ОСНОВЕ ИНДИКАТОРА СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

Аннотация:

Предмет/тема. В связи с высокой социальной значимостью торговой отрасли, а также ее неравномерным развитием по субъектам РФ статья посвящена анализу и оценке региональных различий в уровне социальной эффективности торговли.

Цели/задачи. Цель работы – построить рейтинг регионов РФ на основе интегрального индикатора социальной эффективности торговли.

Методология. Интегральный индикатор, используемый при построении рейтинга, в соответствии с предлагаемой методикой рассчитывается на основе семи показателей, характеризующих социальную эффективность торговли для потребителей, занятого в отрасли населения и государства.

Вывод. Результаты рейтингования показали, что в настоящее время в РФ отсутствуют регионы с высоким и низким уровнем социальной эффективности торговли, в большей части субъектов (65,1%) указанный уровень средний, в 22,9% субъектов – выше среднего, в 12% субъектов – ниже среднего. Значение интегрального индикатора распределено по регионам достаточно равномерно от 0,25 в Чукотском автономном округе до 0,75 в Москве. В целом наиболее высокий уровень социальной эффективности торговли характерен для субъектов Центрального федерального округа, наиболее низкий – для субъектов Дальневосточного федерального округа.

Ключевые слова: торговля, торговая организация, эффективность торговли, социальная эффективность, регион, рейтинг.

JEL: F19, L81, M14

National economy

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

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

Alexander F. Nikishin, Candidate of science, Associate professor of the
Chair of Trade Policy, Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow (E-mail: nikishin.af@rea.ru)

RATING OF RUSSIAN REGIONS BASED ON THE SOCIAL EFFICIENCY INDICATOR OF TRADE

Abstract

Subject / Topic Due to the high social importance of the trading industry, as well as to its uneven development in the subjects of the Russian Federation, the article deals with the analysis and evaluation of the regional differences in the level of social efficiency of trade.

Goals / Objectives The objective of this article is to build the rating of Russian regions based on the integral indicator of social efficiency of trade.

Methodology Integral indicator used in the construction of a rating, in accordance with the proposed method, is calculated basing on seven indicators, which characterize social efficiency of trade for customers, population engaged in the sector of trade, and the state.

Conclusions and Relevance Results of rating have shown, that currently there are no regions in Russia with high and low levels of social efficiency of trade. The majority of the subjects (65.1%) are of the average level, 22.9% of subjects are of above the average level, and 12% of subjects are of below the average level. The value of the integral indicator is distributed rather evenly across regions from 0.25 in the Chukotka Autonomous District to 0.75 in Moscow. In general, the highest level of social efficiency of trade is typical for the Central Federal District, the lowest - for the subjects of the Far Eastern Federal District.

Key words: *trade, trade enterprise, trade efficiency, social efficiency, region, rating.*

Введение. Устойчивое повышение благосостояния и качества жизни граждан – одна из главных социальных задач современного российского государства. Её решение предполагает обеспечение населения потребительскими товарами и услугами, доступность которых во многом определяется состоянием и развитием торговой отрасли.

В настоящее время, по данным Росстата [23], доля торговли в валовом внутреннем продукте составляет 17,4%, что превышает долю любой другой отрасли, и продолжает расти. Торговля также лидирует среди видов экономической деятельности по занятости населения (18,7%). В торговой сфере функционируют 34,7% всех хозяйствующих субъектов, 38,8% малых предприятий и 39,8% индивидуальных предпринимателей. Отрасль обеспечивает 10,7% поступлений налоговых платежей и сборов в бюджеты РФ, что уступает только добыче полезных ископаемых и обрабатывающим производствам. В последние годы увеличивается объем инвестиций в основной

капитал торговли. Оборот розничной торговли в целом и на душу населения также демонстрируют тенденцию к росту. Таким образом, статистические данные свидетельствует о том, что торговля является одной из наиболее значимых, перспективных и динамично развивающихся отраслей отечественной экономики.

В соответствии со Стратегией развития торговли в РФ торговая отрасль «играет важную социальную и экономическую роль не только на уровне страны в целом, но и на уровне каждого региона» [25]. Вместе с тем, «уровень развития торговли неоднороден по различным территориям РФ» [25]. В настоящей статье рассмотрены региональные различия российской торговли в части ее социальной эффективности.

Цель – построить рейтинг регионов РФ на основе интегрального индикатора социальной эффективности торговли.

Обзор исследований и публикаций. Социальным аспектам торговой деятельности посвящены многочисленные научные работы по экономике и социологии, опубликованные как в России (авторы О.Н. Аборвалова [1], И.Д. Аполяр [2], И.К. Беляевский [3], Е.Я. Бозуленко [4], В.А. Бородай [5], С.В. Зверков [6], Г.Г. Иванов [7,8], Д.А. Карх [9], А.З. Коробкин [10], Е.А. Майорова [11,12], С.А. Малинин [13], Е.О. Муравская [14], А.Ф. Никишин [15], С.А. Пшенецкий [16], А.В. Фомина [17] и др.), так и за рубежом (авторы Akbar S. [18], Deera S. [19], Lovre K. [20], Mayorova E.A. [21], Rakotomavo M. [22] и др.).

Анализ представленных исследований и публикаций позволил выявить базовые составляющие социальной эффективности торговли:

- социальную эффективность торговли для потребителей, характеризующую степень удовлетворения спроса населения на товары и качеством обслуживания покупателей;
- социальную эффективность торговли для ее работников, связанную с вкладом торговых организаций в обеспечение занятости населения, а также с условиями труда;
- социальную эффективность торговли для государства, то есть участие торговой отрасли в формировании валового внутреннего продукта и государственного бюджета.

С учетом указанных элементов для оценки социальной эффективности торговли на уровне региона разработана методика расчета соответствующего интегрального индикатора.

Методика расчета интегрального индикатора социальной эффективности торговли. При построении рейтинга регионов РФ предлагается использовать интегральный индикатор социальной эффективности торговли, рассчитываемый на основе данных, формируемых Росстатом. С целью наиболее достоверной оценки выбраны следующие ключевые параметры, классифицированные на три блока в соответствии с выявленными составляющими социальной эффективности торговли:

- 1) показатели, характеризующие социальную эффективность торговли для потребителей:

x_1 – розничный товароборот на душу населения, млн. руб./чел.,
 x_2 – торговая площадь на 1000 жителей, м²/1000чел.,
 x_3 – стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг, руб.;

2) показатели, характеризующие социальную эффективность торговли для занятого в отрасли населения:

x_4 – численность занятых в торговле в процентах к общей численности занятых в регионе, %,

x_5 – средняя заработная плата работников торговли в процентах к средней заработной плате по региону, %;

3) показатели, характеризующие социальную эффективность торговли для государства:

x_6 – доля валовой добавленной стоимости торговли в валовом региональном продукте, %,

x_7 – доля налоговых платежей и сборов от торговли в общей величине налоговых поступлений в бюджет региона, %.

На первом этапе расчета интегрального индикатора социальной эффективности торговли региона – необходимо привести выбранные показатели к общей шкале измерения, для чего принято использовать формулу (1) в случае положительного влияния рассматриваемого параметра на итоговый показатель и формулу (2), если влияние какого-либо параметра является отрицательным.

$$I_i = \frac{X_i - \min X_i}{\max X_i - \min X_i} \quad (1)$$

$$I_i = \frac{\max X_i - X_i}{\max X_i - \min X_i} \quad (2)$$

где: I_i – индекс региона по i -му показателю, X_i – величина i -го показателя в регионе, $\max X_i$ – максимальное значение i -го показателя, $\min X_i$ – минимальное значение i -го показателя.

Следующий этап подразумевает расчет промежуточных индикаторов социальной эффективности торговли региона по каждому блоку, производимый в соответствии с формулой (3):

$$K_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n I_i^2}{n}} \quad (3)$$

где K_j – промежуточный индикатор социальной эффективности торговли по j -му блоку показателей, I_i – индекс региона по i -му показателю, n – количество показателей j -го блока.

Расчет интегрального индикатора социальной эффективности торговли региона осуществляется суммированием промежуточных индикаторов по

каждому блоку с учетом их значимости по формуле (4). Так как базовое социальное назначение торговли заключается в обеспечении населения товарами и услугами, для индикатора, характеризующего социальную эффективность торговли для потребителей, предусмотрен более высокий весовой коэффициент.

$$K=0.4* K_1 + 0.3* K_2+ 0.3* K_3, \quad (4)$$

где K – интегральный индикатор социальной эффективности торговли региона, K_1 – промежуточный индикатор социальной эффективности торговли региона для потребителей, K_2 – промежуточный индикатор социальной эффективности торговли региона для занятого в отрасли населения, K_3 – промежуточный индикатор социальной эффективности торговли региона для государства.

При интерпретации значения интегрального индикатора социальной эффективности торговли конкретного региона предполагается использовать следующую градацию:

0,8 < K ≤ 1 – высокий уровень социальной эффективности торговли;

0,6 < K ≤ 0,8 – уровень социальной эффективности торговли выше среднего;

0,4 < K ≤ 0,6 – средний уровень социальной эффективности торговли;

0,2 < K ≤ 0,4 – уровень социальной эффективности торговли ниже среднего;

0 < K ≤ 0,2 – низкий уровень социальной эффективности торговли.

Рейтинг регионов РФ на основе интегрального индикатора социальной эффективности торговли. На основе разработанной методики определены интегральные индикаторы социальной эффективности торговли регионов РФ и построен соответствующий рейтинг (таблица 1). При расчетах использовались данные за 2014 г., опубликованные Росстатом в статистических сборниках «Торговля в России. 2015» и «Регионы России. Социально-экономические показатели. 2015». В рейтинге не представлены Республика Крым и г. Севастополь, в настоящее время входящие в состав Южного федерального округа, в связи с недостатком исходных данных.

Таблица 1 - Рейтинг регионов РФ на основе интегрального индикатора социальной эффективности торговли. Источник: рассчитано авторами на основе [23,24]

№	Регион	Округ	Индикатор социальной эффективности торговли
<i>Уровень социальной эффективности торговли выше среднего</i>			
1	г. Москва	ЦФО	0,75
2	Московская область	ЦФО	0,68
3	Ивановская область	ЦФО	0,68
4	Смоленская область	ЦФО	0,66
5	Брянская область	ЦФО	0,66
6	Ставропольский край	СКФО	0,65
7	Тульская область	ЦФО	0,64

8	Республика Адыгея	ЮФО	0,64
9	Ярославская область	ЦФО	0,63
10	Свердловская область	УФО	0,63
11	Краснодарский край	ЮФО	0,63
12	Воронежская область	ЦФО	0,63
13	Орловская область	ЦФО	0,62
14	Республика Татарстан	ПФО	0,62
15	Ростовская область	ЮФО	0,62
16	Новосибирская область	СФО	0,61
17	Псковская область	СЗФО	0,61
18	Алтайский край	СФО	0,60
19	г. Санкт-Петербург	СЗФО	0,60
<i>Средний уровень социальной эффективности торговли</i>			
20	Волгоградская область	ЮФО	0,59
21	Омская область	СФО	0,59
22	Курская область	ЦФО	0,59
23	Костромская область	ЦФО	0,58
24	Ульяновская область	ПФО	0,58
25	Нижегородская область	ПФО	0,58
26	Рязанская область	ЦФО	0,58
27	Пензенская область	ПФО	0,58
28	Тамбовская область	ЦФО	0,58
29	Кировская область	ПФО	0,57
30	Липецкая область	ЦФО	0,57
31	Новгородская область	СЗФО	0,56
32	Республика Марий Эл	ПФО	0,56
33	Челябинская область	УФО	0,56
34	Чувашская Республика	ПФО	0,55
34	Самарская область	ПФО	0,55
36	Саратовская область	ПФО	0,55
37	Калининградская область	СЗФО	0,55
38	Республика Мордовия	ПФО	0,55
39	Республика Башкортостан	ПФО	0,55
40	Курганская область	УФО	0,54
41	Белгородская область	ЦФО	0,54
42	Республика Хакасия	СФО	0,53
43	Удмуртская Республика	ПФО	0,53
44	Республика Дагестан	СКФО	0,53
45	Тверская область	ЦФО	0,52
46	Республика Ингушетия	СКФО	0,51
47	Владимирская область	ЦФО	0,51
48	Кемеровская область	СФО	0,51
49	Калужская область	ЦФО	0,50
50	Кабардино-Балкарская Республика	СКФО	0,50
51	Хабаровский край	ДФО	0,50
52	Амурская область	ДФО	0,49
53	Республика Алтай	СФО	0,49
54	Вологодская область	СЗФО	0,49
55	Пермский край	ПФО	0,48
56	Республика Северная Осетия – Алания	СКФО	0,48
57	Оренбургская область	ПФО	0,48
58	Республика Карелия	СЗФО	0,48
59	Ленинградская область	СЗФО	0,47

60	Приморский край	ДФО	0,47
61	Астраханская область	ЮФО	0,46
62	Красноярский край	СФО	0,46
63	Республика Бурятия	СФО	0,46
64	Томская область	СФО	0,46
65	Забайкальский край	СФО	0,46
66	Архангельская область	СЗФО	0,45
67	Иркутская область	СФО	0,44
68	Карачаево-Черкесская Республика	СКФО	0,44
69	Еврейская автономная область	ДФО	0,44
70	Тюменская область	УФО	0,43
71	Магаданская область	ДФО	0,42
72	Мурманская область	СЗФО	0,41
73	Сахалинская область	ДФО	0,40
<i>Уровень социальной эффективности торговли ниже среднего</i>			
74	Чеченская Республика	СКФО	0,39
75	Республика Калмыкия	ЮФО	0,38
76	Республика Саха (Якутия)	ДФО	0,38
77	Ямало-Ненецкий авт. округ	УФО	0,37
78	Камчатский край	ДФО	0,36
79	Республика Тыва	СФО	0,36
80	Ханты-Мансийский авт. округ - Югра	УФО	0,36
81	Республика Коми	СЗФО	0,34
82	Ненецкий авт. округ	СЗФО	0,26
83	Чукотский автономный округ	ДФО	0,25

Результаты рейтингования показывают, что в настоящее время в РФ отсутствуют регионы, как с высоким, так и с низким уровнем социальной эффективности торговли. Для большинства регионов (54 ед., или 65,1%) характерен средний уровень социальной эффективности торговли, для 19 регионов (22,9%) – уровень выше среднего, для 10 регионов (12%) – уровень ниже среднего. Наибольшую социальную эффективность торговли демонстрируют г. Москва (значение индикатора 0,75), Московская и Ивановская области (значение индикатора 0,68), наименьшую – Ненецкий и Чукотский автономные округа (0,26 и 0,25 соответственно).

В целом в построенном рейтинге лидируют субъекты Центрального федерального округа – 9 из них относятся к группе «уровень социальной эффективности торговли выше среднего», в том числе занимая в ней первые 5 позиций, еще 9 – к группе среднего уровня. Среди регионов с уровнем социальной эффективности торговли, превышающим средний, субъекты Центрального федерального округа составляют около половины (47%), Южный федеральный округ представлен тремя субъектами – Ростовской областью, Республикой Адыгея и Краснодарским краем (16%), субъектов Северного и Северо-Западного федеральных округов – по два (или по 11%), Приволжского, Северо-Кавказского и Уральского федеральных округов – по одному (или по 5%). Г. Санкт-Петербург со значением интегрального индикатора социальной эффективности торговли 0,60 замыкает первую часть рейтинга, характеризуемую уровнем социальной эффективности тор-

говли выше среднего.

Вторая часть рейтинга, содержащая 54 региона со средним уровнем социальной эффективности торговли, наряду с 9 субъектами Центрального федерального округа включает 13 из 14 субъектов Приволжского федерального округа (еще один регион – Республика Татарстан – входит в первую группу с более высокими показателями). Во второй части также представлено 9 субъектов Северного федерального округа, что составляет 17% всего количества регионов со средним уровнем социальной эффективности торговли, 7 субъектов Северо-Западного федерального округа (13%), 6 – Дальневосточного, 5 – Северо-Кавказского, 3 – Уральского и 2 – Южного федеральных округов. Значения интегрального индикатора социальной эффективности торговли в целом распределены равномерно – от 0,40 в Сахалинской области до 0,59 в Курской, Омской и Волгоградской областях.

К регионам с уровнем социальной эффективности торговли ниже среднего относятся 3 субъекта Дальневосточного федерального округа, по 2 – Северо-Западного и Уральского федеральных округов, по 1 – Северного, Северо-Кавказского и Уральского федеральных округов. В целом наименьшую социальную эффективность торговли демонстрирует Дальневосточный федеральный округ – кроме того, что сразу 3 его субъекта включены в третью группу, это единственный округ, ни один из регионов которого не представлен в первой части рейтинга с уровнем социальной эффективности торговли выше среднего. Наиболее низкий в РФ уровень социальной эффективности торговли (значение интегрального индикатора 0,25) характерен для Чукотского автономного округа, также относящегося с Дальневосточному федеральному округу.

Таким образом, анализ настоящего рейтинга позволил сформировать общее представление о региональных различиях в уровне социальной эффективности торговли, классифицировать субъекты РФ на основе характеризующего указанный уровень интегрального индикатора, выявить регионы с наиболее высокой и наиболее низкой социальной эффективностью торговли, сравнить социальную эффективность торговли федеральных округов и др.

Заключение. На основе выполненной работы можно сделать следующие выводы.

1) Торговля является одной из наиболее значимых, перспективных, динамично развивающихся отраслей отечественной экономики и играет важную роль в обеспечении общественного благосостояния, повышении качества жизни. Социальная эффективность торговли включает три составляющие: социальную эффективность торговли для потребителей, социальную эффективность торговли для занятого в отрасли населения, социальную эффективность торговли для государства.

2) С учетом указанных составляющих с целью оценки социальной эффективности торговли в регионах РФ – целесообразно использовать интегральный индикатор, рассчитываемый на основе следующих показателей:

розничный товарооборот на душу населения, торговая площадь на 1000

жителей,

стоимость фиксированного набора потребительских товаров,
численность занятых в торговле в процентах к общей численности занятых в регионе,

средняя заработная плата работников торговли в процентах к средней заработной плате по региону,

доля валовой добавленной стоимости торговли в валовом региональном продукте,

доля налоговых платежей и сборов от торговли в общей величине налоговых поступлений в бюджет региона.

3) Результаты рейтингования регионов на основе предложенного интегрального индикатора показали, что в настоящее время в РФ отсутствуют регионы с высоким и низким уровнем социальной эффективности торговли, в большей части субъектов (65,1%) указанный уровень средний, в 22,9% субъектов – выше среднего, в 12% субъектов – ниже среднего. Значение интегрального индикатора распределено по регионам достаточно равномерно от 0,25 в Чукотском автономном округе до 0,75 в Москве. В целом наиболее высокий уровень социальной эффективности торговли характерен для субъектов Центрального федерального округа, наиболее низкий – для субъектов Дальневосточного федерального округа.

Представленные результаты, включая методику расчета интегрального индикатора, могут использоваться в сфере государственного регулирования торговой деятельности. В частности, мониторинг социальной эффективности торговли в регионах позволит обеспечить адресность и точность их государственной поддержки.

Список источников

1. *Аборвалова О.Н.* Современная торговля: система социальных функций // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. № 1. С. 163-168.

2. *Аполяр И.Д., Никишин А.Ф.* Социальная ответственность торговли в современных условиях / Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики. Уфа: Аэтерна, 2015. С. 23-26.

3. *Беляевский И.К.* Экономическое и социальное развитие торговли: статистические характеристики рынка товаров потребительского назначения // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2013. № 2. С. 125-145.

4. *Бозуленко Е.Я., Чварюк М.Д.* Экономическое и социальное значение торговли в рыночных условиях // Молодий вчений. 2015. № 2-1 (17). С. 102-105.

5. *Бородай В.А.* Влияние экономического обмена и торговли на развитие общества // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009. № 2. С. 132-135.

6. *Зверков С.В., Квач Е.Н., Майорова Е.А.* Социальные функции розничной торговли / Инновационные процессы в научной среде. Уфа: Аэтерна, 2015. С. 158-160.

7. *Иванов Г.Г., Никишин А.Ф., Майорова Е.А.* Социальная эффективность как фактор развития сферы обращения /

Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем. Уфа: Аэтерна, 2016. С. 70-72.

8. *Иванов Г.Г., Майорова Е.А.* Корпоративная социальная ответственность в торговом бизнесе // Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 20. С. 3569-3582.

9. *Карх Д.А.* Экономическая и социальная эффективность услуг розничной торговли: дис. ... докт. экон. наук. Екатеринбург, 2010. 301 с.

10. *Коробкин А.З.* Эффективность и конкурентоспособность функционирования организаций торговли: теоретико-методические аспекты. Гомель: КИПУП «Сож», 2005. 288 с.

11. *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.

12. *Майорова Е.А., Никишин А.Ф., Панкина Т.В.* Социальные сети в деятельности розничных торговых организаций // Экономика. Бизнес. Банки. 2016. № 3 (16). С. 57-67.

13. *Малинин С.А.* Социальные аспекты функционирования торговли / Развитие науки и образования в современном мире. М.: АР-Консалт, 2015. С. 47-48.

14. *Муравская Е.О., Сосид С.В.* Влияние управленческих решений в сфере розничной торговли на социальное развитие города Красноярска // Современные проблемы экономического и социального развития. 2010. № 6. С. 186-191.

15. *Никишин А.Ф., Иванов Г.Г.* Социальная эффективность дистанционной торговли // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 9-4. С. 84-86.

16. *Пишеницкий С.А.* К вопросу о специфике социальной направленности рынка услуг розничной торговли // Экономика и предпринимательство. 2013. № 5 (34). С. 159-161.

17. *Фомина А.В.* Социально-экономическая эффективность услуг розничной торговли: дис. ... канд. экон. наук. Самара, 2010. 186 с.

18. *Akbar S., Ahsan K.* Corporate social responsibility reporting practices: a review of Australia's top retailers // Academy of Taiwan Business Management Review. 2014. № 10. P. 149 - 158.

19. *Deera S., Chitramani P.* CSR in retailing industry – a case of three retail stores // International Journal of Business and Administration Research Review. 2015. № 3 (9). P. 128.

20. *Lovre K., Brankov T.* Multiple sustainability dimensions of retail sector in Serbia until 2013 // Industrija. 2016. № 44 (1). P. 133-149.

21. *Mayorova E.A., Lapitskaya N.V.* Assessment of customers' perception of social responsibility of trade business // International Journal of Economics and Financial Issues. 2016. Т. 6. № 2. С. 158-163.

22. *Rakotomavo M. T. J.* Preferences of retail investors and institutions for corporate social performance // Journal of Sustainable Finance & Investment. 2011. № 1 (2). P. 93-102.

23. *Кевеш А.П., Сабельникова М.А., Башина О.Э. и др.* Торговля в России. 2015: Стат. сб. / Росстат. М., 2015. 243 с. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/torg15.pdf (дата обращения 03.11.2016).

24. *Оксенойт Г.К., Бугакова Н.С., Гельвановский М.И. и др.* Регионы России. Социально-экономические показатели. 2015: Стат. сб. / Росстат.

М., 2015. 1266 с. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/region/reg-pok15.pdf (дата обращения 03.10.2016).

25. Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2015 - 2016 годы и период до 2020 года (утв. Приказом Минпромторга России от 25.12.2014 N 2733). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173113/ (дата обращения 03.10.2016).

References:

Aborvalova O.N. Modern trade: the system of social functions [Sovremennaya trgovlya: sistema sotsialnykh funktsiy], Historical and socio-educational thought [Istoricheskaya i sotsialno-obrazovatel'naya mysl] 2012 # 1. P. 163-168 [in Russian]

Apolyar I.D., Nikishin A.F. The social responsibility of trade in modern conditions [Sotsialnaya otvetstvennost' trgovli v sovremennykh usloviyakh], Sustainable Development Strategy of National and World Economy [Strategii ustoychivogo razvitiya natsionalnoy i mirovoy ekonomiki], Ufa: Aeterna, 2015. P. 23-26 [in Russian]

Belyaevskiy I.K. Economic and social development of trade: the statistical characteristics of the market of consumer goods [Ekonomicheskoe i sotsialnoe kharakteristiki ryinka tovarov potrebitelskogo naznacheniya], Stage: Economic Theory, analysis, and practice [ETAP: ekonomicheskaya teoriya, analiz, praktika] 2013 # 2. P. 125-145 [in Russian]

Bozulenko E.Ya., Chvaryuk M.D. Economic and social importance of trade in market conditions [Ekonomicheskoe i sotsialnoe znachenie trgovli v ryinoknykh usloviyakh], Young scientists [Molodiy vcheniy] 2015 # 2-1 (17). P. 102-105 [in Russian]

Boroday V.A. The impact of the exchange and trade on the development of the society [Vliyaniye ekonomicheskogo obmena i trgovli na razvitiye obschestva], Humanitarian and socio-economic sciences [Gumanitarnyye i sotsialno-ekonomicheskie nauki] 2009 # 2. P. 132-135 [in Russian]

Zverkov S.V., Kvach E.N., Mayorova E.A. Social functions of retail [Sotsialnyye funktsii roznichnoy trgovli], Innovative processes in the scientific community [Innovatsionnyye protsessyy v nauchnoy srede], Ufa: Aeterna, 2015. P. 158-160 [in Russian]

Ivanov G.G., Nikishin A.F., Mayorova E.A. Social efficiency as a factor of development of the sphere of circulation [Sotsialnaya effektivnost' kak faktor razvitiya sfery obrascheniya], Institutional and infrastructural aspects of the development of different economic systems [Institutsionalnyye i infrastrukturnyye aspekty razvitiya razlichnykh ekonomicheskikh sistem], Ufa: Aeterna, 2016. P. 70-72 [in Russian]

Ivanov G.G., Mayorova E.A. Corporate social responsibility in commercial business [Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost' v trgovom biznese], Russian journal of entrepreneurship [Rossiyskoe predprinimatel'stvo] 2015 T. 16 # 20. P. 3569-3582 [in Russian]

Karh D.A. Economic and social efficiency of retail services [Ekonomicheskaya i sotsialnaya effektivnost' uslug roznichnoy trgovli]: Doctoral dissertation, Ekaterinburg, 2010. 301 p. [in Russian]

Korobkin A.Z. The efficiency and competitiveness of the functioning of trade organizations: theoretical and methodological aspects [Effektivnost' i konkurentosposobnost' funktsionirovaniya organizatsiy trgovli: teoretiko-metodicheskie aspekty]. Gomel: KIPUP «Sozh», 2005. 288 p. [in Russian]

Mayorova E.A., Nikishin A.F., Pankina T.V. Intangible assets and their impact on the socio-economic efficiency of trade [Nematerialnyye aktivyy i ih

vliyanie na sotsialno-ekonomicheskuyu effektivnost' torgovli], *Economy and Entrepreneurship* [Ekonomika i predprinimatelstvo] 2016. # 1-1 (66-1). P. 1133-1136 [in Russian]

Mayorova E.A., Nikishin A.F., Pankina T.V. Social networks in the retailers' activity [Sotsialnyie seti v deyatelnosti roznichnyih torgovyih organizatsiy], *Economy. Business. Banks* [Ekonomika. Biznes. Banki] 2016 # 3 (16). P. 57-67 [in Russian]

Malinin S.A. Social aspects of trade [Sotsialnyie aspektyi funktsionirovaniya torgovli], *Development of science and education in the modern world* [Razvitie nauki i obrazovaniya v sovremennom mire], M.: AR-Konsalt, 2015. P. 47-48 [in Russian]

Muravskaya E.O., Sosid S.V. The impact of management decisions in the retail sector in the social development of the city of Krasnoyarsk [Vliyanie upravlencheskih resheniy v sfere roznichnoy torgovli na sotsialnoe razvitie goroda Krasnoyarska], *Modern problems of economic and social development* [Sovremennyye problemy ekonomicheskogo i sotsialnogo razvitiya] 2010 # 6. P. 186-191 [in Russian]

Nikishin A.F., Ivanov G.G. Social efficiency of distance trade [Sotsialnaya effektivnost' distantsionnoy torgovli], *Modern trends in the development of science and technology* [Sovremennyye tendentsii razvitiya nauki i tekhnologiy] 2016 # 9-4. P. 84-86 [in Russian]

Pshenetskiy S.A. To the question of the specifics of the social orientation of the retail services market [K voprosu o spetsifike sotsialnoy napravlennosti ryinka uslug roznichnoy torgovli], *Economy and Entrepreneurship* [Ekonomika i predprinimatelstvo] 2013 # 5 (34). P. 159-161 [in Russian]

Fomina A.V. Socio-economic efficiency of retail services [Sotsialno-ekonomicheskaya effektivnost' uslug roznichnoy torgovli]: PhD thesis. Samara, 2010. 186 p. [in Russian]

Akbar S., Ahsan K. Corporate social responsibility reporting practices: a review of Australia's top retailers, *Academy of Taiwan Business Management Review* 2014 # 10. P. 149 – 158 [in English]

Deepa S., Chitramani P. CSR in retailing industry – a case of three retail stores, *International Journal of Business and Administration Research Review* 2015 # 3 (9). P. 128 [in English]

Lovre K., Brankov T. Multiple sustainability dimensions of retail sector in Serbia until 2013, *Industrija* 2016 # 44 (1). P. 133-149 [in English]

Mayorova E.A., Lapitskaya N.V. Assessment of customers' perception of social responsibility of trade business, *International Journal of Economics and Financial Issues* 2016 T. 6. # 2. C. 158-163 [in English]

Rakotomavo M. T. J. Preferences of retail investors and institutions for corporate social performance, *Journal of Sustainable Finance & Investment* 2011 # 1 (2). P. 93-102 [in English]

Kevesh A.P., Sabelnikova M.A., Bashina O.E., etc. Trade in Russia. 2015 [Torgovlya v Rossii. 2015]: Stat. sb., Rosstat. M., 2015. 243 p. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/torg15.pdf (accessed 03.11.2016) [in Russian]

Oksenoyt G.K., Bugakova N.S., Gelvanovskiy M.I., etc. Regions of Russia. Socio-economic indicators. 2015 [Regionyi Rossii. Sotsialno-ekonomicheskie pokazateli. 2015] Stat. sb., Rosstat. M., 2015. 1266 p. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/region/reg-pok15.pdf (accessed 03.10.2016) [in Russian]

Trade Development Strategy of the Russian Federation for 2015 - 2016 and the period up to 2020 (approved by the Order of the Industry and Trade Ministry of Russia from 25.12.2014 N 2733.) [Strategiya razvitiya trgovli v Rossiyskoy Federatsii na 2015 - 2016 godyi i period do 2020 goda (utv. Prikazom Minpromtorga Rossii ot 25.12.2014 N 2733)]. URL: [http://www.consultant.ru/document /cons_doc_LAW_173113/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173113/) (accessed 03.10.2016) [in Russian]