

А.С. Астраханцева¹, Л.С. Еременко¹

¹ *Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, Российская Федерация*

СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация. В работе проведено актуальное исследование вопросов особенностей оптимизации сбытовой деятельности предприятий, расположенных в России и Иркутской области. Объектом исследования выступили особенности организации сбытовой деятельности коммерческих организаций. В первой части статьи говорится об отрасли торговли, приводится актуальная динамика численности торговых компаний в мире, России и Иркутской области. Рассмотрены основные аспекты деятельности современных торговых предприятий, приводится характеристика отрасли. Проанализирована динамика функционирования отечественных коммерческих компаний за ряд лет. Авторами рассмотрена проблематика деятельности компаний с учетом фокусирования на особенностях рынка Иркутской области.

Развитие любой торговой компании зависит от планирования сбытовой деятельности компании. Исследование проблем, связанных с процессом оптимизации сбытовой деятельности, является центральным элементом в системе исследования. Последовательно рассмотрены самые значимые проблемы, возникающие в деятельности коммерческих компаний как в России, так и за рубежом. Исходя из проблематики исследования произведена попытка выделить направления, позволяющие увеличить уровень прибыльности показателей эффективности сбытовой деятельности коммерческих компаний.

В результате проделанной работы сформулированы выводы относительно наиболее актуальных направлений развития сбытовой политики отечественных торговых компаний с использованием таких инструментов как развитие собственного бренда и долгосрочных отношений с поставщиками, сокращения времени хранения материальных ценностей на складе, а также путем проведения рекламных компаний с целью увеличения спроса на реализуемые товары.

Ключевые слова: рынок, торговые компании, сбыт, торговля, коммерческие организации.

A.S. Astrakhanseva¹, L.S. Eremenko¹

¹ *Irkutsk State Transport University, Irkutsk, Russian Federation*

SALES ACTIVITY AS THE EFFICIENCY BASIS OF TRADE ENTERPRISES

Abstract. The work carried out an up-to-date study of the sales activities optimization issues of enterprises located in Russia and the Irkutsk region. The object of the study was the peculiarities of organizing the commercial organizations sales activities. The first part of the article talks about the trade industry and provides the current dynamics of the trading companies' number in the world, Russia and the Irkutsk region. The main aspects of the activities of modern trading enterprises considered, and characteristics of the industry given. The dynamics of the functioning of domestic commercial companies over a number of years analyzed. The authors examined the problems of companies' activities, taking into account the peculiarities of the market of the Irkutsk region.

The development of any trading company depends on the company's sales activities planning. The study of problems associated with the process of optimizing sales activities is a central element in the research system. The most significant problems arising in the activities of commercial companies both in Russia and abroad considered. Based on the identified issues, an attempt made to highlight areas that allow increasing the level of profitability of the commercial companies' sales performance indicators.

Finally, conclusions formulated regarding the most relevant directions for the development of the sales policy of domestic trading companies using such tools as developing their own brand and long-term relationships with suppliers. Also reducing the storage time of material assets in warehouses, as well as by conducting advertising campaigns in order to increase demand for the products they sell.

Keywords: market, trading companies, sales, trade, commercial organizations.

Введение

Сбыт и распределение – термины, которые широко используются в сфере бизнеса и маркетинга. Несмотря на то, что эти понятия часто употребляются взаимозаменяемо, они имеют свои различия и играют разные роли в процессе продажи товаров или услуг.

Сбыт представляется как комплекс мероприятий и действий, направленных на доставку товаров или услуг до конечного потребителя. Это может включать в себя выбор каналов распределения, логистические операции, складирование и транспортировку продукции. Сбыт осуществляется с целью привлечения клиентов, создания спроса на товары или услуги и увеличения объема продаж [1].

Распределение определяет оптимальную систему доставки товаров от производителя до потребителя. Оно охватывает такие аспекты как выбор каналов сбыта, определение поставщиков и дистрибьюторов, организацию логистической инфраструктуры. Распределение является стратегическим элементом бизнес-планирования и помогает оптимизировать процесс доставки для обеспечения максимальной эффективности и удовлетворения потребностей клиентов [2].

Основное отличие между сбытом и распределением заключается в том, что сбыт фокусируется на маркетинговых действиях и активно продвигает товары на рынке, в то время как распределение относится к физическому перемещению товаров и их доставке потребителям. Оба процесса важны для успешной работы бизнеса и обеспечения удовлетворения потребностей клиентов.

Сбыт и распределение играют очень важную роль в торговле. Сбыт представляет собой процесс продажи товаров или услуг конечным потребителям, а распределение включает в себя логистику и снабжение, то есть процессы доставки товаров от производителей до потребителей.

Эффективный сбыт и распределение помогают компании донести их продукцию до целевой аудитории, привлечь новых, удержать существующих и повысить уровень удовлетворенности клиентов. Они также оказывают содействие в оптимизации процессов поставки товаров, снижении издержек и повышении прибыльности бизнеса.

Таким образом, сбыт и распределение играют ключевую роль в успешной деятельности торговых компаний, поскольку они обеспечивают эффективное функционирование всей цепочки поставок и обеспечивают удовлетворение потребностей клиентов.

Состояние торговой отрасли

Торговля является одной из важнейших отраслей экономики России, играющей существенную роль в формировании ее ВВП и обеспечении потребностей населения. Характеристика этой отрасли позволяет оценить ее состояние, динамику развития и влияние на социально-экономическое положение страны.

Сегодня торговая отрасль в России представлена широким спектром различных предприятий и организаций: магазинов, супермаркетов, торговых центров, интернет-магазинов и других. Ежегодно происходит значительный прирост числа таких предприятий, что свидетельствует о высокой конкуренции в данном секторе. Также можно отметить значительное количество зарубежных компаний, которые активно проникают на российский рынок и создают здесь свои филиалы, невзирая на действующие санкционные ограничения со стороны многих стран.

Особенностью торговой отрасли России является ее разветвленность по всей территории страны. Она не только представлена в крупных городах, но и активно развивается в малых населенных пунктах. Благодаря этому жители удаленных районов имеют возможность приобрести необходимые товары без необходимости долгих поездок до крупного города. Это способствует удовлетворению потребности населения и повышению уровня его жизни.

Рассмотрим динамику выручки торговых компаний на мировом уровне, а также страны и региона с целью более детального анализа актуального состояния отрасли, данные представлены в таблице 1.

Таблица 1- Динамика общей выручки торговых компаний в мире в 2021-2023 г. [3]

№	Страны	Общая выручка, в 2021г., млн.руб.	Общая выручка, в 2022г., млн.руб.	Общая выручка, в 2023г., млн.руб.
1	Россия	304,15	307,56	315,02
2	Великобритания	250,91	259,34	262,48
3	Германия	268,34	276,01	284,19

4	Индия	281,61	302,16	316,08
5	Китай	1 078,34	1 107,91	1 133,38
6	США	1 271,82	1 308,37	1 358,41
7	Франция	305,46	310,87	312,94
8	Япония	345,98	351,28	365,67

Исходя из данных, представленных в таблице 1, можно сделать вывод о том, что США одна из лидирующих стран по общей выручке торговых компаний в мире. Также выручка всех компаний имеет положительную динамику в течение трех лет, что свидетельствует о том, что торговые компании в мире развиваются и приносят с каждым годом больше выручки. Далее в рейтинге Китай, Япония, Франция, а Россия занимает 5 место, для того, чтобы России стать лидером по данному показателю необходимо разработать стратегию по масштабированию рынка.

Далее рассмотрим динамику выручки торговых компаний в России, данные представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Выручка торговых компаний в России в 2021-2023 г. [4]

№	Субъект федерации	Общая выручка в 2021г., млн.руб.	Общая выручка в 2022г., млн.руб.	Общая выручка в 2023г., млн.руб.
1	Иркутская область	683,0	789,32	851,95
2	Кемеровская область	754,97	1 265,05	1 344,56
3	Ленинградская область	511,28	606,96	636,26
4	Новосибирская область	1 663,51	1 914,52	2 033,98
5	Краснодарский край	3 584,82	4 192,93	4 844,13
6	Красноярский край	848,01	1 099,62	1 107,27
7	г. Москва	33 922,4	37 261,98	37 262,29
8	г. Санкт-Петербург	15 795,03	19 919,77	19 130,59

Таким образом, на основе данных приведённых в таблице 2 можно сделать вывод о том, что динамика выручки торговых компаний в России показывает устойчивый рост в последние годы. Это свидетельствует о стабильности экономического развития страны и повышении покупательной способности населения. Торговые компании активно развивают свои бизнесы, внедряют новые технологии и модели работы, что способствует увеличению прибыли и расширению ассортимента товаров и услуг. В целом, рынок торговли в России демонстрирует положительную динамику и перспективы для дальнейшего развития. Лидерами в данной категории стали субъекты – Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край, потому что эти субъекты имеют большую плотность населения и приток туристов. Для того, чтобы увеличить прибыль в других регионах компаниям необходимо пересмотреть свой ассортимент товаров, увеличить его качество и бюджет на рекламу продуктов.

Далее рассмотрим динамику выручки торговых компаний в Иркутской области, данные представлены в таблице 3.

Таблица 3- Выручка торговых компаний в Иркутской области в 2021-2023г. [4]

№	Субъект федерации	Общая выручка в 2021г., млн.руб.	Общая выручка в 2022г., млн.руб.	Общая выручка в 2023г., млн.руб.
1	Ангарский район	68,69	79,72	117,24
2	Бодайбинский район	2,22	2,67	2,85
3	Иркутский район	17,75	21,57	22,28
4	Усть-Кутский район	5,95	6,01	6,99
5	Шелеховский район	5,58	5,37	5,25
6	Братский район	28,4	31,58	30,12
7	Саянский район	1,38	1,41	1,23
8	Усольский район	10,99	16,46	12,42

Исходя из данных, представленных в таблице, можно сделать вывод о том, что лидирующие позиции занимают – город Иркутск, Ангарский район, Иркутский район,

поскольку именно в данном расположении сконцентрировано не только преимущественное большинство населения региона, но и максимальное количество инфраструктуры, как транспортного, так и рыночного характера.

Торговая отрасль в России имеет несколько особенностей и характеристик:

1. Разнообразие форматов торговли: в России широко представлены различные форматы торговли, включая супермаркеты, гипермаркеты, дискаунтеры, рынки, интернет-магазины и другие. Это создает конкуренцию и разнообразие предложений для потребителей.

2. Значительное влияние сезонности: в торговле России остро стоит проблема сезонности спроса, особенно в отраслях, связанных с продуктами питания и одеждой. Компании вынуждены адаптироваться к колебаниям спроса и менять ассортимент в зависимости от времени года.

3. Увеличение доли онлайн-торговли: с развитием интернета и электронной коммерции увеличивается доля онлайн-торговли в России. Компании активно развивают свои интернет-продажи и привлекают новых потребителей через цифровые каналы.

4. Высокая конкуренция: торговая отрасль в России характеризуется высокой степенью конкуренции, особенно в крупных городах. Компании вынуждены постоянно совершенствовать свои продукты и услуги, чтобы привлечь и удержать клиентов.

5. Регулирование государством: государство активно регулирует торговлю в России через различные нормативные акты и законы, что влияет на стратегии и тактику компаний в этой отрасли.

Эти характеристики делают торговую отрасль в России динамичной и конкурентоспособной, требующей постоянного развития и адаптации к изменяющимся условиям рынка. Характеристика отрасли торговля в России помогает понять основные проблемы и перспективы ее развития. Недостаточная эффективность логистических систем, неправильное распределение товарного ассортимента, высокие издержки для предприятий – все это требует системного подхода к управлению данной отраслью и поиска новых путей развития. Однако благоприятные условия для инвестирования и модернизации уже привели к появлению новых форматов торговых точек, использованию передовых информационных технологий и автоматизации процесса продажи товара [5].

Именно характеристика отрасли помогает определить ключевые факторы успеха или неудачи бизнеса на данном рынке. Анализ данных позволяет выработать эффективные стратегии для достижения конкурентного преимущества и повышения эффективности работы компаний в сфере торговли.

Торговля является одной из ключевых отраслей экономики России и имеет значительное влияние на социально-экономическое развитие страны. В последние годы отрасль в России прошла через ряд изменений и преобразований.

Одной из особенностей российской торговли является ее высокая конкурентоспособность. На рынке присутствуют как крупные торговые сети, так и множество малых и средних предприятий. Конкуренция способствует улучшению качества товаров и услуг, а также повышению их доступности для потребителей [6].

В экономике представлена классификация предприятий по их масштабу: крупные, средние, малые и микропредприятия. Рассмотрим их структуру в России на рисунке 1.

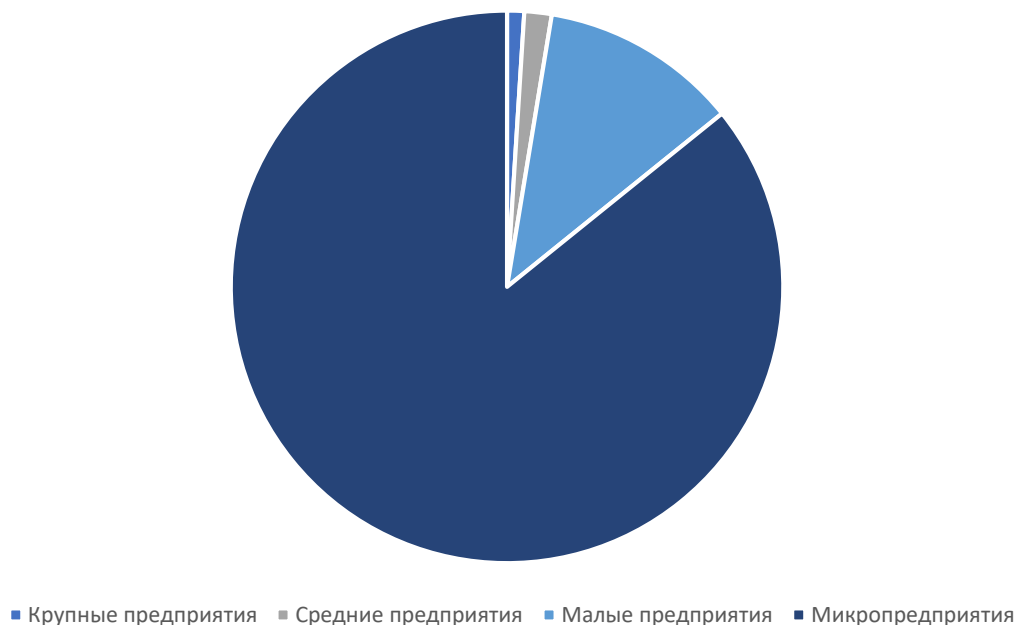


Рис. 1. Структура предприятий в отрасли

Исходя из данных, представленных на рисунке 1, можно сделать вывод, что в данной отрасли преобладают микропредприятия, а наименьшее значение в отрасли – крупные предприятия. Микропредприятия имеют важное значение для экономики, общества и развития бизнеса в целом по следующим причинам: создание рабочих мест, развитие малого бизнеса, инновации и технологический прогресс, развитие местных сообществ, диверсификация экономики. Таким образом, микропредприятия играют важную роль в развитии экономики, общества и бизнеса, и их поддержка и стимулирование имеет большое значение для устойчивого экономического роста. Крупные предприятия также играют важную роль в экономике и обществе по многим причинам: создание рабочих мест, инновации и развитие технологий, экспорт и международный рынок, обеспечение необходимых услуг, социальная ответственность.

Таким образом, крупные предприятия являются важным элементом экономики, общества и бизнеса, и их деятельность оказывает значительное влияние на различные аспекты жизни людей и развитие страны в целом.

Несмотря на то, что масштабы предприятий отличаются, компании принимают участие в формировании ВВП. В отрасли присутствует долевая структура в ВВП. Торговля составляет значительную долю в экономическом объеме страны и вносит существенный вклад в ее развитие. Это свидетельствует о важности и значимости данной отрасли для экономики страны. Современная отрасль торговли в России также характеризуется активным применением инновационных технологий.

В настоящее время российская розничная торговля находится на стадии активного развития. Она является одной из ключевых отраслей экономики и играет значительную роль в обеспечении потребительских нужд населения. Современные технологии, изменения в поведении потребителей, а также улучшение условий для бизнеса способствуют постоянному развитию этой отрасли [6].

Таблица 4 - Оборот розничной торговли по Российской Федерации [7]

Годы	Всего	В том числе		Оборот розничной торговли торговых организаций, млн.руб.
		Продовольственными товарами, млн.руб.	Непродовольственными товарами, млн.руб.	

2017	29745535,5	14402840,9	15342694,6	27879584,6
2018	31579371,8	15055431,1	16523940,7	29799468,9
2019	33624303,3	16120770,5	17503532,8	31843525,2
2020	33873660,2	16587173,1	17286487,1	32286817,9
2021	39472017,6	18554230,3	20917787,3	37673097,1
2022	42577015,9	21033792,6	21543223,3	40605884,9
2023	47404930,5	22755182,1	24649748,4	45343646,8

Одной из наиболее заметных тенденций развития розничной торговли в России является рост онлайн-торговли. С каждым годом все больше потребителей предпочитают делать покупки через интернет, что связано с удобством и широким выбором товаров. Крупные ритейлеры активно развивают свои онлайн-платформы и улучшают условия доставки, чтобы привлечь больше клиентов.

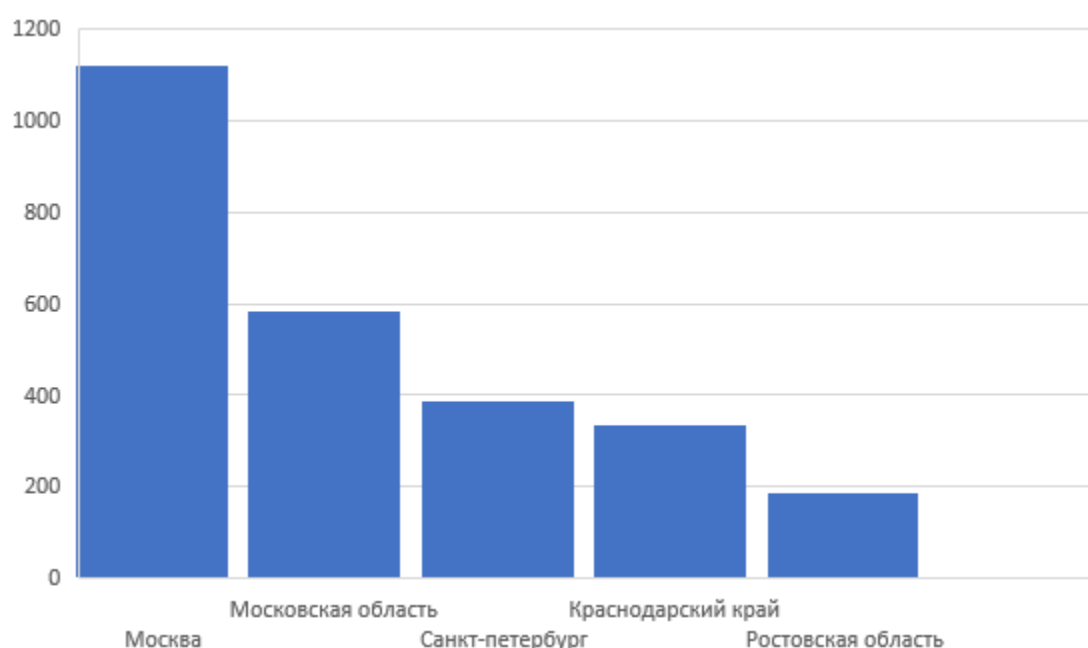


Рис. 2. Топ-5 регионов по объему онлайн-торговли, в млн. руб.

Еще одной значимой тенденцией является развитие концепции "умного магазина". Это означает, что современные магазины оснащены новыми технологиями, такими как самообслуживание, электронные кассы, системы сканирования товаров и другие инновационные решения. Это позволяет улучшить качество обслуживания клиентов и повысить эффективность работы магазина [8].

Помимо того, что торговля развита и имеет ряд преимуществ, также имеет и проблемы, требующие решения для развития.

Одной из ключевых проблем отрасли торговля в России является по-прежнему недостаточная конкурентоспособность отечественных товаров и услуг. Внешняя конкуренция, особенно со стороны зарубежных компаний, становится все более острой. Это связано с высокими стандартами качества и инновационными технологиями, которые часто отсутствуют в отечественных предприятиях [9].

Другой проблемой является недостаточная развитость малого и среднего бизнеса в отрасли. Небольшие предприятия испытывают сложности в доступе к финансовым ресурсам, ограниченным рынкам сбыта и высокой конкуренции со стороны крупных игроков. Это препятствует разнообразию товаров и услуг на рынке и затрудняет развитие инноваций.

Неблагоприятные налоговые условия также снижают привлекательность инвесторов для работы в отрасли. Высокие ставки налогов и сложность налоговой системы создают дополнительные барьеры для развития бизнеса.

Проблемы сбыта и распределения являются важными аспектами успешного функционирования любого предприятия. Сбыт и распределение имеют свои особенности и отличаются друг от друга [10].

Одной из основных проблем сбыта является поиск и привлечение клиентов. Это требует активной маркетинговой работы, эффективной рекламы и разработки стратегий продаж. Кроме того, важным вопросом является наличие достаточного количества товара и своевременная доставка до клиента.

В то время, как сбыт фокусируется на продаже товаров и услуг конечным потребителям, распределение занимается перемещением товаров от производителя к различным точкам реализации. Проблемы распределения включают в себя оптимизацию логистики, управление инвентарем и координацию логистических процессов.

Кроме того, проблемы сбыта и распределения связаны с управлением каналами сбыта. Необходимо правильно выбрать каналы сбыта, координировать их работу и обеспечить взаимодействие с каждым звеном в цепи поставок.

Также стоит отметить, что проблемы сбыта и распределения могут быть связаны с недостаточной информационной базой и неэффективными системами учета и контроля.

В отрасли существуют ряд проблем, которые не связаны с процессом сбыта товаров или услуг. Одна из таких проблем - качество продукции или услуг. Компании могут столкнуться с недостаточным контролем качества, что может привести к негативным отзывам клиентов и снижению доверия к бренду. Также проблемой может быть недостаточная конкурентоспособность продукции или услуги на рынке. Компания может не уделять достаточно внимания исследованию рынка и требованиям потребителей, что может привести к потере доли рынка и снижению прибыли. Еще одной возможной проблемой может быть неэффективность системы управления или организации процессов. Незапланированные задержки, недостаточная координация между отделами и некомпетентный персонал могут вызывать проблемы, не связанные с процессом сбыта, но существенно влияющие на эффективность деятельности компании. В целом, отличие сбыта от распределения позволяет лучше понять, какие проблемы стоит рассматривать и решать отдельно, чтобы обеспечить более эффективное функционирование компании [11].

Однако, несмотря на данные проблемы, отрасль торговли в России обладает значительными перспективами.

Проблемы дистрибуции продовольственных товаров включают в себя ряд непростых вопросов, связанных с эффективным распределением и доставкой продукции до конечных потребителей. В сфере сбыта, основное внимание уделяется продаже продукции и убедительному воздействию на покупателей. В то же время, распределение продуктов включает планирование маршрутов доставки, организацию логистических процессов, учет запасов и времени доставки [12].

Одна из основных проблем в дистрибуции продовольственных товаров - это сохранность и качество продукции при доставке. Товары, требующие определенных температурных условий хранения, могут испортиться при неправильном транспортировании. Кроме того, задержки в доставке или неправильная организация маршрутов могут привести к увеличению срока годности продукции и утрате товарного вида.

Еще одной проблемой является доступность продукции в отдаленных регионах. Некоторые местности имеют сложную транспортную инфраструктуру, что затрудняет доставку продуктов. Это может привести к дефициту определенных товаров и повышению цен на них в этих регионах [13].

Несмотря на множество преимуществ, у компаний-дистрибьютеров могут возникать определенные проблемы.

1. Конкуренция на рынке: Конкуренция с другими дистрибьюторами и прямыми поставщиками может привести к снижению цен и прибыли.

2. Риск изменения рыночных условий: Изменения в законодательстве, экономические кризисы, изменения в потребительских предпочтениях могут повлиять на спрос и предложение на рынке дистрибуции.

3. Управление запасами: Недостаточное управление запасами может привести к излишнему или недостаточному запасу товаров, что влияет на финансовое состояние компании.

4. Стоимость складского хранения: Высокие издержки на складское хранение и обслуживание могут снизить прибыль.

5. Информационные технологии: Недостаточное использование современных информационных технологий и систем учета может затруднить управление бизнесом и привести к ошибкам.

6. Логистические проблемы: Недостаточная логистика и сложности в доставке товаров могут привести к задержкам в поставках и потере клиентов.

Организации производят попытку управлять этими проблемами, развивая стратегии и решения для повышения эффективности и конкурентоспособности своего бизнеса.

1. Конкуренция на рынке: для преодоления конкуренции компания может сосредоточиться на создании уникальных предложений и добавленной стоимости для клиентов, развитии сильного бренда и построении долгосрочных отношений с поставщиками.

2. Риск изменения рыночных условий: для управления рисками, компании могут создать гибкую стратегию, следить за изменениями на рынке и оперативно адаптировать свои бизнес-процессы к новым условиям.

3. Управление запасами: автоматизация процессов управления запасами и использование прогнозирования спроса помогут компаниям лучше контролировать запасы и избегать излишков или дефицитов.

4. Стоимость складского хранения: для снижения издержек на складское хранение, компании могут использовать методы оптимизации запасов, ротацию товаров и сокращение времени хранения товаров на складе.

5. Информационные технологии: внедрение современных информационных систем управления складом и отчетности поможет улучшить процессы учета, анализа и принятия решений.

6. Логистические проблемы: для улучшения логистики, компании могут инвестировать в современные системы управления складом и доставкой, а также оптимизировать маршруты доставки для сокращения времени и издержек.

Решение этих проблем требует комплексного подхода, инноваций, инвестиций в развитие и постоянного анализа рынка и внутренних процессов компании. Ключевыми факторами успеха являются проактивное управление и стратегический подход к решению проблем. Для того, чтобы компаниям успешно справиться с проблемами, которые были выявлены необходимо: развивать свой бренд и строить долгосрочные отношения с поставщиками, сократить время хранения товаров на складе, путем проведения рекламных компаний и увеличения спроса на тот или иной товар.

Заключение

Сбытовая деятельность играет важнейшую роль в успехе торговых компаний, поскольку она определяет способы и стратегии продажи продукции и услуг на рынке. Эффективная сбытовая деятельность позволяет компаниям привлекать новых клиентов, удерживать существующих и достигать высоких показателей продаж и прибыли.

Организация качественной сбытовой деятельности требует глубокого понимания рынка, конкурентной среды, потребностей клиентов и тенденций потребительского поведения. Правильно выбранные стратегии сбыта, разработанные маркетинговые кампании, управление ценами и продуктовым ассортиментом позволяют компаниям эффективно конкурировать на рынке и с уверенностью расти.

Без развитой и эффективной сбытовой деятельности торговая компания рискует потерять позиции на рынке, уступить конкурентам и столкнуться с ухудшением финансовых показателей. Поэтому, важно стремиться к совершенствованию сбытовой деятельности, внедрять инновационные методы и технологии, а также поддерживать долгосрочные отношения с клиентами и партнерами. Все это позволит компаниям не только выживать на рынке, но и успешно процветать и развиваться.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16790-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 11 — URL: <https://urait.ru/bcode/531712/p.11> (дата обращения: 14.04.2024)
2. Информация о банкротстве компаний в РФ и мире URL: <https://goo.su/jvwN> (дата обращения: 12.04.2024)
3. Кулишер, И. М. Очерк истории русской торговли / И. М. Кулишер. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 287 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-07074-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541105> (дата обращения: 14.04.2024)
4. Информация о торговых компаниях Иркутской области URL: <https://spark-interfax.ru/statistics/region/25000000000> (дата обращения: 12.04.2024)
5. Сергеев, В. И. Логистика снабжения : учебник для вузов / В. И. Сергеев, И. П. Эльяшевич ; под научной редакцией В. И. Сергеева. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 481 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16361-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536373> (дата обращения: 14.04.2024).
6. Анохина Л.В. Методы оптимизации производственных затрат в коммерческой организации // Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации 2023. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-optimizatsii-proizvodstvennyh-zatrat-v-kommercheskoj-organizatsii> (дата обращения: 27.03.2024)
7. Информация о торговых компаний в мире URL: <https://sli24.ru/business/zabotitsa-о-nem-servisy-arendy-segment-rynka-kotoryj-v-poslednie-gody-aktivno-razvivaetsa-v-rossii.html>
8. Левкин, Г. Г. Логистика: теория и практика : учебник и практикум для вузов / Г. Г. Левкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06545-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 77 — URL: <https://urait.ru/bcode/538818/p.77> (дата обращения: 18.03.2024).
9. Басова С. Н., Митрофанова О.Ю. Стимулирование сбыта: учеб. пособие / С.Н. Басова, О.Ю. Митрофанова. – Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2015. – 214с.
10. Мамедов О.Ю. Современная экономика. Ростов-на-Дону: изд. «Феникс», 2012. -700 с.
11. Торговое дело: Экономика и организация: учеб. /Под общ. ред.проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. - М.: Инфра - М, 2013. - 256 с13. Рудковская Е.Е., Симонова А.Д. Пути снижения логистических издержек при распределении продукции // Экономика и социум. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-snizheniya-logisticheskikh-izderzhek-pri-raspredelenii-produktsii> (дата обращения: 05.04.2024)
12. Боргардт Е.А., Дубровина А.С. Современные подходы к классификации логистических издержек // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-klassifikatsii-logisticheskikh-izderzhek> (дата обращения: 05.04.2024)
13. Кузнецова, Г. В. Международная торговля товарами и услугами: учебник и практикум для вузов / Г. В. Кузнецова, Г. В. Подбиралина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва:

Издательство Юрайт, 2024. — 720 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13547-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543864> (дата обращения: 14.04.2024).

14. Информация о организациях в Иркутской области URL: <https://38.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/004god.pdf> (дата обращения: 12.04.2024).

15. Чурмантеева А.Ю., Харченкова Г.И. Пути совершенствования сбытовой деятельности // Экономика и социум. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-sovershenstvovaniya-sbytovoy-deyatelnosti> (дата обращения: 05.04.2024)

REFERENCES

1. Sinyayeva, I. M. Marketing : textbook for secondary vocational education / I. M. Sinyayeva, O. N. Zhiltsova. — 3rd ed., reprint. and an additional one. — Moscow : Yurait Publishing House, 2024. — 487 p. — (Higher education). — ISBN 978-5-534-16790-0. — Text : electronic // Educational platform [website]. p. 11 — URL : <https://urait.ru/bcode/531712/p.11> (date of application: 04/14/2024)

2. Information about the banking company in Russia and the world URL: <https://goo.su/jvwn> (date of application: 12.04.2024)

3. Kulisher, I. M. An essay on the history of Russian trade / I. M. Kulisher. — Moscow : Yurait Publishing House, 2024. — 287 p. — (Anthology of thought). — ISBN 978-5-534-07074-3. — Text : electronic // Educational platform [website]. <https://urait.ru/bcode/541105> (date of application: 04/14/2024)

4. Information about the trading company in the Irkutsk region URL: <https://spark-interfax.ru/statistics/region/250000000000> (date of application: 04/12/2024)

5. Sergeev, V. I. Logistics of supply : textbook for universities / V. I. Sergeev, I. P. Elyashevich; under the scientific editorship of V. I. Sergeev. — 5th ed., reprint. and add. — Moscow : Yurait Publishing House, 2024. — 481 p. — (Higher education). — ISBN 978-5-534-16361-2. — Text : electronic // Educational platform [website]. <https://urait.ru/bcode/536373> (date of application: 04/14/2024).

6. Anokhina L.V. Methods of optimizing production costs in a commercial organization // Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation 2023. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-optimizatsii-proizvodstvennyh-zatrat-v-kommercheskoy-organizatsii> (date of application: 03/27/2024)

7. Information about trading companies in the world URL: <https://sli24.ru/business/zabotitsa-o-nem-servisy-arendy-segment-rynka-kotoryj-v-poslednie-gody-aktivno-razvivaetsya-v-rossii.html>

8. Levkin, G. G. Logistics: theory and practice : textbook and workshop for universities / G. G. Levkin. — 2nd ed., ispr. and add. — Moscow : Yurait Publishing House, 2024. — 187 p. — (Higher education). — ISBN 978-5-534-06545-9. — Text : electronic // Educational platform [website]. p. 77 — URL : <https://urait.ru/bcode/538818/p.77> (date of reference: 03/18/2024).

9. Basova S. N., Mitrofanova O.Y. Sales promotion: studies. manual / S.N. Basova, O.Yu. Mitrofanova. Khabarovsk: RIC KHGAEP, 2015. — 214s.

10. Mammadov O.Yu. Modern economy. Rostov-on-Don: publishing house "Phoenix", 2012. — 700 p.

11. Trade business: Economics and organization: studies. /Under the general editorship of prof. L.A. Bragin and prof. T.P. Danko. - M.: Infra - M, 2013. - 256 c13. Rudkovskaya E.E., Simonova A.D. Ways to reduce logistics costs in the distribution of products // Economics and society. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-snizheniya-logisticheskikh-izderzhkek-pri-raspredelenii-produktsii> (date of application: 04/05/2024)

12. Borgardt E.A., Dubrovina A.S. Modern approaches to the classification of logistics costs // Problems of economics and management. 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-klassifikatsii-logisticheskikh-izderzhkek> (date of application: 04/05/2024)

13. Kuznetsova, G. V. International trade in goods and services: textbook and workshop for universities / G. V. Kuznetsova, G. V. Podbiralina. — 3rd ed., reprint. and an additional one. —

Moscow: Yurait Publishing House, 2024. — 720 p. — (Higher education). — ISBN 978-5-534-13547-3. — Text: electronic // Educational platform [website]. <https://urait.ru/bcode/543864> (date of request: 04/14/2024).

14. Information about the organization in the Irkutsk region URL: <https://38.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/004god.pdf> (date of application: 04/12/2024).

15. Churmanteeva A.Yu., Kharchenkova G.I. Ways to improve sales activities // Economics and society. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-sovershenstvovaniya-sbytovoy-deyatelnosti> (date of application: 04/05/2024)

Информация об авторах

Астраханцева Арина Сергеевна – к.э.н., доцент кафедры «Финансовый и стратегический менеджмент», Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, e-mail: arina.personal@gmail.com

Еременко Лидия Сергеевна – студентка 4 курса, специальность – «Логистика и управление цепями поставок», Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, e-mail: lidiaeremenko77@gmail.com

Information about the authors

Astrakhantseva Arina Sergeevna – Candidate of Economic Sciences, Associate professor, Department of Financial and Strategic Management, Irkutsk State Transport University, Irkutsk city, e-mail: arina.personal@gmail.com

Eremenko Lidiya Sergeevna – 4th year student, specialty – "Logistics and Supply Chain Management, Irkutsk State Transport University, Irkutsk city, e-mail: lidiaeremenko77@gmail.com