

10,0%

. 1-2.

1

1

	1991	2008	2010
	92,6	6,9	6,9
	85,7	2,8	-
	51,1	5,2	1,8
	101	4,7	7,3
	65,7	5,2	4,3
	22,6	6,5	3,0

1

2

2

	1990	2000	2010
	106,2	4,0	5,2
	57,1	2,0	3,8
	89,2	-	4,7
	58,8	-	1,8
	-	-	97
	8,6	-	-

2

-
 ,
 . . . , . . . , . . .
 , . . . , . . . , . . .
 . . . , . . . , . . .
 . . . , . . .

3

3

[1]

	, ,
	, ,
	, ,

«
» [2].

: «

».

«

»,

«

» [3].

[4].

: «

» [2].

3.

1. . . . -
/ . . . , . . . -
, 2008. - . 29.
 2. / . . . -
: . . . « . . . », 2005. - 200 .
 3. / - : -
« -89», 2004. - 144 .
 4. . 12
- - : , 2006. -
272 .

Refereses

1. Busygin, N., G., Fedotov, A., V., Chupyshev, D., S. (2008) Marketingovaya logistika v sfere tekhnicheskogo obespecheniya sel'skogo khozyaystva. Moscow: Dostizhenie nauki i tekhniki APK.
2. Martin, Kristofer, Khelen, Pek. (2005) Marketingovaya logistika. Moscow: Izd. dom «Tekhnologii».
3. Golembiovskiy, S., A. (2004) Russkiy marketing. Moscow: Izd-vo «Os'89».
4. Farber, B. (2006) 12 standartnykh metodov upravleniya prodazhami i prichiny, po kotorym oni neizmenno effektivny. Moscow: Izd-vo Eksmo.

15.05.2012 .