

УДК 339.138

РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ КАК ФАКТОР РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Горянинская О.А., Малахов Р.Г.

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет», Барнаул, e-mail: markiz-sv@mail.ru,
roman-malakhov@yandex.ru

Современные преобразования розничной торговли, выражающиеся в доминировании и трансформации роли сетевой торговли, рожают потребность в глубоком исследовании происходящих процессов, в том числе с позиций влияния сетевых торговых структур на уровень социально-экономического развития в регионе. Сетевые торговые структуры воспринимаются как часть социальной и экономической системы региона. В статье проанализировано влияние активизации сетевых процессов в торговле на социально-экономическое региональное развитие, оценена реализация воспроизводственной функции сетевой торговлей. Применение стратегического инструмента – матрицы BCG позволило подтвердить приоритетность сетевой торговли в региональной экономической системе края. Авторами проанализированы особенности построения региональной системы товародвижения в условиях активизации торговых сетей, показана возрастающая роль сетевой торговли в региональном воспроизводственном процессе.

Ключевые слова: розничная торговля, сетевая торговля, сетевые торговые структуры, региональное воспроизводство, региональный валовой продукт, конкурентоспособность, матрица BCG

CHAIN RETAILORS AS A REGIONAL DEVELOPMENT FACTOR

Goryaninskaya O.A., Malakhov R.G.

Federal State Budget Educational Institution of Higher Education Altai State University, Barnaul,
e-mail: markiz-sv@mail.ru, roman-malakhov@yandex.ru

Modern tendencies in retail trade result in domination and constant transformation of the retail sector, actualize a need for deeper study of the sector, including the effect of the chain retailers on the level of socio-economic development in the region. The chain retail structures are perceived as a part of the economic system of the region. The article analyzes the effect of activation of the retail chains grow on the socio-economic regional development, characterizes the implementation of the reproductive function by the chain retailers. The use of a strategic analysis tool such as BCG matrix has helped to confirm the priority of the regional chain retailers in the economic system of the region. The authors have analyzed the structural characteristics of the regional distribution system in conditions of activating retail chains and shown the growing role of the chain retailers in the regional reproduction process.

Keywords: retail, chain retailers, network trade structures, regional reproduction, gross regional product, competitiveness, BCG matrix

Сетевой подход и «пространственно-территориальный принцип в организации торговли предполагают переход с отраслевых приоритетов и инструментов на территориальное управление потребительским рынком» [3, с. 103], что позволяет заявлять о формировании новой идеологии развития экономики и региональных рынков. В этих условиях инструментом реализации пространственно-территориального принципа развития выступают торговые сети.

Наращивание предпринимательских структур в розничной торговле стимулирует структурную перестройку сферы обращения, что сопровождается углублением деформации отраслевых и межотраслевых пропорций и формированием новых условий взаимодействия сетевых структур с другими субъектами, действующими на рынке.

Современные исследования позволяют утверждать, «что торговый капитал базируется на территориях с максимальными финансовыми потоками, развитой инфраструктурой и соответствующими размера-

ми пространства» [2], которые отвечают стратегическим приоритетам развития сетевых торговых структур.

В условиях активного развития сетевой торговли на региональных рынках повышается роль торговых сетей в развитии экономики отдельно взятого региона. Экспансия и пространственное развитие сетевых структур на региональных потребительских рынках усиливает их доминирующую роль по отношению к производственным субъектам, способствует формированию качественно новых отношений между экономическими субъектами, приводит к изменениям в структуре региональной товаропроводящей системы.

Нами поддерживается мнение, что «развитие сетевых процессов в регионе свидетельствует об уровне развития его экономики в целом, как с точки зрения конечных покупателей, так и бизнес-структур, региональных органов власти» [6, с. 26].

Вышесказанное позволяет предположить, что в современных условиях сетевая

торговля определяет вектор развития экономических субъектов, поэтому является актуальной и имеет практическое значение разработка системы императивов стратегического развития региона на основе количественного и качественного преобразования сетевых структур, нацеленной на повышение воспроизводительной эффективности и оптимизацию распределительно-обменных процессов.

Проанализируем влияние сетевой торговли на социально-экономическое развитие Алтайского края. В табл. 1 нами обозначены факторы и показатели, позволяющие оценить территориальное развитие сетевой торговли и дать оценку ее влияния на некоторые экономические показатели экономики Алтайского края. Проведенные исследования показали, что одной из проблем является ограниченность сбора и обработки статистических показателей деятельности сетевой розничной торговли Федеральной службой государственной статистики.

Розничная торговля в лице сетевой торговли как одна из важнейших отраслей Алтайского края играет важную роль в формировании регионального валового продукта, занимая второе место по этому показателю после обрабатывающих производств, формируя 16,6% регионального валового продукта в 2014 г. (рис. 1), что позволяет констатировать исключительную экономическую результативность предприятий торговли в экономическом развитии региона.

Современное состояние розничной торговли во многом обусловлено активным развитием сетевой розничной торговли, о чем свидетельствуют данные представленные на рис. 2. Доля сетевой торговли в общем объеме розничной торговли Алтайского края с 2011 по 2015 г. увеличилась на 9,6% при федеральном темпе роста 6,6%.

Алтайский край относится к регионам с высоким уровнем развития торговой сети, что подтверждается информацией, представленной в табл. 2. Неоднородность и неравномерность развития сетевой торговли по федеральным округам России обусловлена экономическими, социальными и прочими факторами отдельно взятого региона.

Уровень и динамика вышепредставленных показателей свидетельствуют о том, что сетевые процессы активно развиваются на потребительском рынке края и превращают его в один из самых быстро растущих сегментов экономики, доказательством чего выступает опережающий темп роста динамики оборота розничной сетевой торговли Алтайского края по сравнению со средними показателями по РФ. И это несмотря на ряд сдерживающих факторов таких, как территориальная удаленность края от центральной части России, меньшая покупательная способность населения по сравнению с другими регионами (средняя заработная плата в 2015 г. в Алтайском крае составила 20082 руб.), неразвитость транспортно-логистической инфраструктуры и т.д.

Таблица 1

Развитие розничной и сетевой торговли в Алтайском крае

№ п/п	Факторы	Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
1	Уровень развития розничной торговли	Оборот розничной торговли, млн руб.	218077	254125	282804	306526
		Оборот розничной торговли на душу населения, руб.	90402	105754	118096	128376
2	Уровень развития сетевой торговли	Доля розничных сетей в обороте розничной торговли, %	19	24	25,7	26,1
		Доля розничных сетей в обороте розничной торговли пищевыми продуктами, %	25,3	33,3	37,7	37
3	Уровень материально-технической базы торговли	Количество стационарных торговых объектов	13486	13850	14222	14503
		Обеспеченность торговой площадью, кв.м. на 1000 чел. населения	604	689	710	828
		Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов, кв.м. на 1000 чел. населения	64,5	76,3	106	176,8
4	Уровень вклада торговли (оптовой и розничной) в экономику края	Валовая добавленная стоимость за счет торговли, %	17,4	16,9	17	16,6
		Налоговые отчисления от предприятий торговли, млн руб.	6175	7360	8248	9237
		Численность занятых в торговле, тыс. чел.	187,8	188,7	191,7	194,6
		Инвестиции в основной капитал, млн руб.	3,5	6,5	3,1	3,1

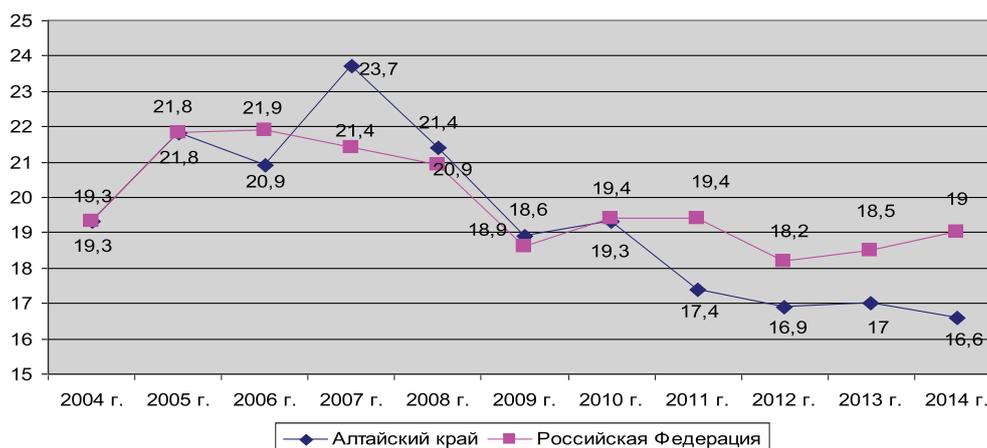


Рис. 1. Доля оптовой и розничной торговли в ВВП Российской Федерации и в ВРП Алтайского края в 2004–2014 гг., %

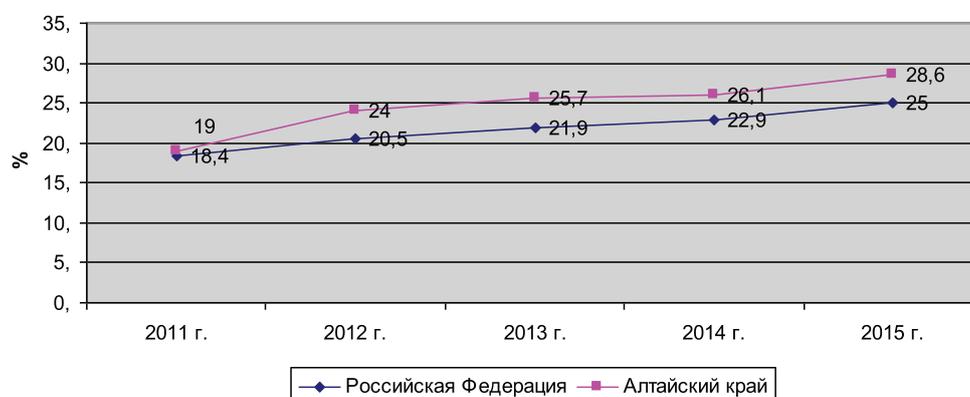


Рис. 2. Доля оборота розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли Российской Федерации и Алтайского края в 2011–2015 гг., %

Развитие сетизации в Алтайском крае оказывает непосредственное влияние на экономические показатели региона. Данная взаимосвязь носит не прямой, а косвенный характер, и невозможно отрицать влияние сетевых процессов в торговле на социально-экономические факторы, формирующие спрос и предложение.

Развитие сетизации приводит к изменению качественных характеристик функционирования регионального потребительского рынка Алтайского края, что сопровождается ростом количества стационарных торговых объектов и сокращением количества нестационарных торговых объектов, усилением концентрации торгового капитала, увеличением количества современной торговой инфраструктуры, повышением уровня обеспеченности населения торговыми площадями и т.д.

Проявлением усиления сетевой торговли в структуре регионального потре-

бительского рынка на социально-экономические процессы, протекающие на территории Алтайского края, выступают такие тенденции, как рост доли торговли в структуре валового регионального продукта, увеличение численности занятых в торговле, прирост налоговых поступлений от предприятий торговли, привлечение инвестиционных ресурсов в развитие потребительского рынка края.

Приоритетность сетевой торговли в региональной экономической системе Алтайского края подтверждается и полученными результатами применения аналитической модели, предложенной консалтинговой компанией – Boston Consulting Group. Метод BCG позволил определить наиболее значимые на данный момент отрасли воспроизводственной системы края исходя из располагаемых ресурсов и существующих рыночных условий (рис. 3).

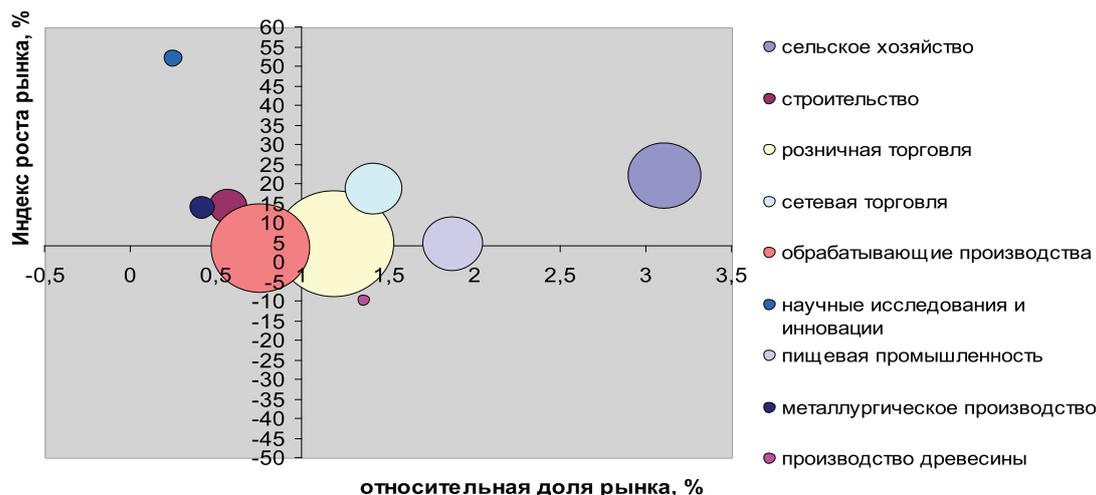


Рис. 3. Матрица BCG: анализ отраслевого портфеля Алтайского края

Таблица 2

Группировка субъектов РФ по удельному весу оборота структур сетевого формата в розничной торговле по данным 2014–2015 гг.

Удельный вес оборота сетевых структур, % от общего объема оборота розничной торговли, %	Количество субъектов РФ		Наименование субъектов РФ с минимальным и максимальным значением в группе, 2015 г. (%)
	2014 г.	2015 г.	
До 5,0	6	2	Республика Дагестан (0,7), Республика Тува (5,0)
5,1–10,0	10	9	Республика Саха (Якутия) (5,15), Магаданская область (9,8)
10,1–15,0	7	6	Забайкальский край (11,74), Амурская область (14,4)
15,1–20,0	13	7	Карачаево-Черкесская Республика (15,73), Красноярский край (19,43)
20,1–25,0	20	25	Республика Калмыкия (20,01), Нижегородская область (24,86)
25,1–30,0	17	15	Свердловская область (25,09), Челябинская область (29,12), Алтайский край (28,59)
30,1–35,0	8	13	Тульская область (30,16), Кемеровская область (34,85)
35,1–40,0	2	5	Республика Марий Эл (35,58), Республика Адыгея (39,58)
40,1–45,0	1	1	Тверская область (40,58)
45,1–50,0	–	1	Ленинградская область (45,94)
50,1–55,0	1	1	г. Санкт-Петербург (52,78)

В качестве основных параметров отраслевого анализа «используем показатели доли региона в их общем объеме по России, а также индекс физического объема:

- доля региона в отрасли, превышающая 1%, будет интерпретироваться как высокая доля, а соответственно, не достигающая 1% – как низкая;
- темп роста, превышающий средний темп роста по России, – высокий, а темп

роста, не достигающий среднего показателя по РФ, – низкий» [5].

Классификация отраслей Алтайского края по стратегическим группам отражена на рис. 4. Доля Алтайского края в общем объеме сетевой розничной торговли РФ составляет 1,42%, темп роста составляет 118,7% по сравнению с общероссийским – 116,11%, что позволяет отнести сетевую торговлю Алтайского края к стратегической группе «звезд-

ды». Таким образом, процессы глобализации и интеграции непосредственным образом отражаются на развитии потребительского рынка края, которым противостоять невозможно, что определяет необходимость применения маркетинговых подходов, направленных на повышение эффективности воспроизводственных процессов в крае.

достаточным потенциалом для самостоятельного выстраивания цепи поставок, что в некоторых случаях затрудняется необходимостью вытягивания параметров производства и логистики до необходимого уровня. Поэтому интегрируя с сетевыми предпринимательскими структурами, региональные товаропроизводители имеют возможность, используя их

Стратегические группы	<p><i>Трудные дети:</i> доля региона в отрасли не достигает 1%, темпы роста превышают общероссийский уровень</p>	<p><i>Звезды:</i> доля региона в отрасли превышает 1%, темпы роста выше темпов роста отрасли в целом по РФ</p>
	<p>металлургическое производство, научные исследования и инновации, строительство</p>	<p>сельское хозяйство, розничная торговля, сетевая розничная торговля</p>
	<p><i>Собаки:</i> доля региона в отрасли не достигает 1%, темпы ее роста ниже общероссийского</p>	<p><i>Дойные коровы:</i> доля региона в отрасли превышает 1%, темпы роста ниже темпов роста отрасли в целом по РФ</p>
	<p>обрабатывающие производства</p>	<p>пищевая промышленность, производство древесины</p>

Рис. 4. Стратегические отраслевые группы Алтайского края

В условиях активного развития сетевой торговли в крае выстраивание траекторий развития сетевого взаимодействия экономических субъектов региона и формирование цепочек поставки, должно осуществляться на основе максимального включения местных товаропроизводителей, что позволит активизировать, по нашему мнению, потенциально возможные и действующие отрасли и подотрасли. Обеспечение экономического роста на основе предпринимательской активности и обеспечения баланса интересов «производитель – продавец – потребитель» должно рассматриваться как одно из направлений повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности Алтайского края [1].

Капитализация, консолидация, мультиформатность и диверсификация – это основные стратегические направления развития сетевой розницы, которые оказывают непосредственное влияние на формирование и развитие региональной товаропроводящей системы. Появление новых форматов организационных структур в сетевой торговле и, как следствие, применение матричной системы построения каналов сбыта определяет новые возможности региональных товаропроизводителей в цепях поставок.

Как показывает практика, региональные товаропроизводители, не всегда обладают

маркетинговый и логистический потенциал, более эффективно выстраивать каналы сбыта, проникая на другие региональные рынки [4]. Таким образом, активное развитие сетевой торговли сопровождается устойчивым воспроизводством кардинально новых условий для формирования и развития товарно-сбытовой кооперации на уровне края.

Территориальное освоение Алтайского края сетевыми торговыми структурами на основе их органического роста рассматривается как источник привлечения инвестиционных ресурсов, реализации инновационной политики на потребительском рынке и как условие реализации регионального воспроизводственного процесса.

Таким образом, сетевые предпринимательские структуры как экономические субъекты, ориентированные на потребителей и характеризующиеся мобильностью и способностью адаптироваться к меняющимся рыночным условиям с минимальным уровнем издержек, наращивают вокруг себя значительное количество экономических субъектов, повышая тем самым ресурсный потенциал региона и влияя на стабильность экономической ситуации в регионе. И различные варианты более тесной интеграции создают новые возможности воспроизводства более эффективной модели взаимодействия региональных товаропроизводителей с сетевыми структурами.

Список литературы

1. Беляев В.И. Маркетинг территорий: локальные рынки и расширенное воспроизводство в регионах // Известия Алтайского государственного университета. – 2013. – Т. 1, № 2 (78). – С. 284–288.
2. Беляев В.И., Бочаров С.Н., Малахов Р.Г., Горяннская О.А. Маркетинг территорий: методология и методы обоснования стратегических решений развития регионов (монография). – Барнаул: Изд-во Алтайский государственный университет, 2015. – 244 с.
3. Горяннская О.А. Территориальный принцип развития экономики на основе сетевых предпринимательских структур // Вестник алтайской науки. – Барнаул, 2015. – № 4. – С. 102–105.
4. Малахов Р.Г. Оценка эффективности регионально-го маркетинга // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2014. – № 6. – С. 87–90.
5. Савеличев М.В., Шарапов А.Р. Типы российских региональных экономических систем // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. Серия: Экономика и финансы. – 2004. – № 2. – С. 228–232.
6. Фихтнер О.А. Концептуальное видение сущности и перспектив сетевого развития российского бизнес-пространства // Вестник Новгородского государственного университета. – 2014. – № 82. – С. 22–27.

References

1. Beljaev V.I. Marketing territorij: lokalnye rynki i rasshirennoe vosproizvodstvo v regionah // Izvestija Altajskogo gosudarstvennogo universiteta. 2013. T. 1, no. 2 (78). pp. 284–288.
2. Beljaev V.I., Bocharov S.N., Malahov R.G., Gorjaninskaja O.A. Marketing territorij: metodologija i metody obosnovanija strategicheskikh reshenij razvitija regionov (monografija). Barnaul: Izd-vo Altajskij gosudarstvennyj universitet, 2015. 244 p.
3. Gorjaninskaja O.A. Territorialnyj princip razvitija jekonomiki na osnove setevyh predprinimatelskikh struktur // Vestnik altajskoj nauki. Barnaul, 2015. no. 4. pp. 102–105.
4. Malahov R.G. Ocenka jeffektivnosti regionalnogo marketinga // Vestnik Altajskoj akademii jekonomiki i prava. 2014. no. 6. pp. 87–90.
5. Savelichev M.V., Sharapov A.R. Tipy rossijskikh regionalnyh jekonomicheskikh sistem // Vestn. Nizhegor. un-ta im. N.I. Lobachevskogo. Serija: Jekonomika i finansy. 2004. no. 2. pp. 228–232.
6. Fihtner O.A. Konceptualnoe videnie sushhnosti i perspektiv setevogo razvitija rossijskogo biznes-prostranstva // Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. 2014. no. 82. pp. 22–27.