

УДК 339.378

ББК 65.422.1

Аборвалова Ольга Николаевна,

канд. соц. наук,

доцент каф. социально-гуманитарных дисциплин

Саратовского института филиала Российского государственного

торгово-экономического университета,

г. Саратов,

e-mail: aborvalova@yandex.ru

СЕТЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РОССИЙСКОЙ ТОРГОВЛЕ

NETWORK TECHNOLOGIES IN THE RUSSIAN TRADE

В статье сделан анализ сетевого ритейла, представляющего новую форму организации торговли в постсоветской России. Рассмотрены преимущества и отличительные характеристики данного способа ведения торгового бизнеса. Показаны некоторые примеры успешного использования сетевых технологий в продуктовом и непродуктовом ритейле. Изучение истории развития наиболее известных российских торговых сетей позволило определить основные тенденции формирования и этапы развития сетевой торговли. Отражены факторы, сдерживающие деловую активность организаций розничной торговли. Выделена причина недостатка подготовленных квалифицированных кадров для торговой отрасли в целом и, в частности, для продуктового ритейла. Обоснована необходимость профессиональной подготовки специалистов для торговых предприятий. Названы перспективные возможности дальнейшего развития отечественной торговли.

The analysis of retail network, which represents a new form of trade organization in the post-Soviet Russia has been conducted in the article. The advantages and distinctive features of this method of trading business have been reviewed. Some examples of successful use of networking in the grocery and non-food retail have been provided. The study of the history of the most famous Russian trading networks allowed determining the key trends of shaping and the development stages of the trade networks. The constraints of business activity of the retail companies have been presented. The reason for the lack of skilled personnel trained for the trade industry as a whole and, in particular for the food retail has been identified. The necessity of professional training of specialists for commercial companies has been justified. The promising opportunities for further development of domestic trade have been defined.

Ключевые слова: торговля, взаимосвязь экономики и торговли, сетевая торговля, организационная структура сетей, преимущества сетевого ритейла, тенденции формирования, сдерживающие факторы развития, отсутствие квалифицированных специалистов, подготовка профессиональных кадров, возможности развития.

Keywords: trade, economic and trade relationship, trade network, organizational structure of networks, benefits of retail network, trends of shaping, development constraints, lack of qualified specialists, training of professional personnel, opportunities for development.

Задачи инновационного развития, модернизации российского общества невозможно решить без стабильного и эффективного функционирования экономики, наиболее динамично развивающимся сектором которой сегодня является торговля.

Если первоначальную стадию товарного обращения отличали специализация и обособление отдельных видов деятельности, то современный этап развития торговых отношений характеризует концентрация капитала, укрупнение предприятий торговли, создание торговых корпораций, привлечение иностранных партнеров. Данные процессы позволяют решать задачи максимизации прибыли и выделять операторов, занимающих лидирующее положение в отрасли.

Знание истории, специфики формирования, преимуществ тех или иных организационных форм, трудностей и рисков торговли поможет отечественным предпринимателям в организации собственного бизнеса и определении стратегии его развития.

В связи с чем особую актуальность, теоретическую и практическую значимость приобретают вопросы развития сетевых технологий в торговле, влияния этих процессов на рядового потребителя и в целом развитие торговой отрасли.

Отечественный рынок по своим масштабам и возможным доходам является крайне привлекательным для иностранных компаний, которые имеют преимущество не только в новейших формах, методах, технологиях, но и в крупных инвестициях. Для того, чтобы сдерживать натиск со стороны зарубежных компаний и выстоять в конкурентной борьбе, отечественным ритейлерам требуется использование новых методов торговли и эффективных технологий, что, безусловно, самым позитивным образом скажется на потребителе.

Создание торговых сетей – один из методов управления торговым капиталом, позволяющий получать экономию от масштаба деятельности в розничной торговле. Главное преимущество этой организационной формы, по сравнению с отдельными торговыми точками, способность достижения ценовых преимуществ путем увеличения объемов продаж и уменьшения размера наценок.

Кроме того, конкурентным превосходством торговой сети, как метода ведения торгового бизнеса, является существенная экономия ресурсов в результате объединения собственности. Соединение различных видов торговли и дистрибуции дает возможность объединения внутренние ресурсы, реагировать на рыночные изменения, распределять риски по подразделениям и, соответственно, снижать их.

Основной признак этой организационной формы торгового бизнеса – единый контроль и управление всеми магазинами, входящими в корпоративную сеть.

К отличительным характеристиками сетевой торговли можно отнести разработанную стратегию размещения

магазинов, возможность маневрирования финансовыми ресурсами, централизацию управленческой информации о состоянии запасов, поставок, продаж и др. Кроме того, общий управленческий центр позволяет централизованно осуществлять закупочную деятельность, организовывать единое перемещение товаров, выработать единый стандарт всех торговых операций.

Эффективность функционирования розничной сети существенно зависит от уровня ее организации.

Ведущие розничные торговые сети представляют собой четкую организацию компаний, работающих, как правило, по отлаженной логистической системе, что, в свою очередь, позволяет оптимизировать каждый этап работы и сократить внутренние издержки.

Достоинство сетевой торговли очевидно: крупные поставщики всегда стремятся работать с солидными клиентами. Поэтому закупочные цены, условия поставки для центрального офиса сетевой торговли всегда более привлекательны, чем для любой изолированной торговой точки.

Главной чертой сетевого строительства можно считать жесткую корпоративную дисциплину, экономию, продуманную стратегию развития, в основе которой лежит расчет, планирование, использование инновационных технологий западного рынка, а также как обязательное условие перспективного развития должно быть наличие учебных центров для подготовки сотрудников.

Примером крупнейшего российского непродуктового ритейла является сеть магазинов «Эльдорадо», основанная в 1994 году в Самаре. Основу деятельности компании, на первом этапе ее развития, определял стратегический принцип – «экономить на всем», что, как считает ее основатель и руководитель И. Яковлев, было вызвано не менеджерским гением, а банальным недостатком средств. Развитие в рамках данной стратегии, как показало время, оказалось успешным. Сегодня торговая сеть «Эльдорадо» из двух небольших магазинов в Москве и Саратове превратилась в крупнейшую компанию отрасли, в которой работает около 1 100 магазинов бытовой техники и 387 салонов связи в России и в Украине [1].

Сеть магазинов «Магнит» сегодня считается признанным лидером на рынке по количеству торговых предприятий продуктового ритейла. Данную сеть отличает гибкая ценовая политика и ассортиментная матрица, регулируемая в соответствии с уровнем доходов потребителя. Наличие сети дистрибьюторских центров, получающих товар от крупных поставщиков, а также современные методы и технологии в области продаж и кадровой политики позволяют ритейлерам снижать цену товара для потребителя. Это, в конечном счете, учитывая уровень жизни российского населения, является одним из главных факторов успеха данной сети.

Сегодня «Магнит» представлен в 1 389 городах и населенных пунктах России. Имеет 64 филиала, более 5 000 магазинов шаговой доступности, 93 гипермаркета, 224 магазина косметики, в которых работают более 140 тысяч сотрудников [2].

Федеральная сеть, которую можно отнести к формату «мягкий дискаунтер», «Пятерочка», имеет сегодня около 1 500 магазинов [3]. Стратегия компании направлена на реализацию товаров повседневного спроса по низким ценам в удобно расположенных магазинах рядом с домом. Магазины сети предлагают сбалансированный ассортимент качественных товаров и пользуются большой популярностью у людей с умеренным достатком, что делает перспективным развитие данной сети.

Можно привести другие примеры образования сетевых торговых предприятий.

История образования крупных российских сетевых компаний позволяет говорить об определенных закономерностях. На первом этапе организовывается управляющая компания, где разрабатываются основные организационные принципы дальнейшей деятельности – стратегия развития. По мере увеличения числа магазинов создается распределительный центр, занимающийся предпродажной подготовкой товаров и снабжением сети. После чего начинается строительство магазинов, сосредоточенных исключительно на продажах.

Следующим этапом развития сети можно считать освоение новых, как правило, региональных рынков, где для обслуживания предприятий торговли создается необходимое количество распределительных складов и др.

Анализ функционирования российского сетевого ритейла невозможен без характеристики факторов, ограничивающих деловую активность организаций розничной торговли. Лидирующее место среди проблем торговых сетей предприниматели называют недостаточный платежеспособный спрос населения. Эту причину назвали основной больше половины (57 % от общего числа обследованных организаций) предпринимателей.

Практически равное количество предпринимателей отнесли к сдерживающим факторам высокий уровень налогов и недостаток собственных средств (по 40 % соответственно от общего числа обследованных организаций). Замыкает список «лидеров» проблем высокая арендная плата – 29 % [4, с. 365].

Сегодня среди причин, тормозящих развитие сетевых технологий в торговле, редко называют недостаток подготовленных кадров, тем не менее эта проблема в последнее время приобретает наибольшую остроту и значимость. Динамичное развитие отечественного ритейла в последние годы обнаруживает дефицит кадров.

В продуктовом ритейле текучка кадров заметно больше, чем в других видах торговли – салонах связи, магазинах одежды, мебельной торговле и др., где дело обстоит относительно благополучно. Это можно объяснить более высокими темпами развития продуктового ритейла, чем других отраслей. Здесь эмоциональная и физическая нагрузка на сотрудников восполняется невысокими требованиями к потенциальному работнику.

С другой стороны, нельзя забывать о том, что торговые сети слишком медленно выстраивают систему подготовки и закрепления кадров. Только некоторые крупные ритейлеры начали организовывать внутрикорпоративное обучение, обеспечивающее карьерный рост персонала.

К сожалению, констатация данного факта не приводит к каким-либо заметным практическим шагам. Хотя положительный опыт решения данной проблемы известен.

Первой в России обучение своих сотрудников стала проводить немецкая сеть Metro Cash & Carry, которая в 2004 году начала сотрудничать с московскими профильными учебными заведениями. В рамках программы «Metro-образование» компания организовала стажировку студентов в своих магазинах, тренинги для российских преподавателей и участвует в совершенствовании учебного процесса в профильных училищах.

Но большинство ритейлеров предпочитают готовить кадры самостоятельно, не прибегая к помощи профильных вузов и специалистов отрасли. По данным кадровых агентств, сегодня более половины сетей имеют собственные

образовательные центры, которые, как правило, ограничиваются организацией различного рода тренингов и семинаров. Их задача заключается в том, чтобы научить сотрудника работать в рамках определенной должности, повысить его профессиональный уровень.

Вузовское образование дает возможность работнику получить знания, которые позволят ему претендовать на более высокую позицию внутри компании. Понимая возможность перспективного роста, такие работники вряд ли будут искать другое место работы.

Конечно, университетские программы подготовки специалистов должны учитывать современные тенденции развития торговой отрасли, специфику развития, требования работодателей, делать акцент на прикладной характер образования. В их разработке непосредственное участие должны принимать специалисты в области торговли, сетевого ритейла, предприниматели и управленцы, которые на практике знают, какие навыки формировать у будущих выпускников вузов.

Только взаимное сотрудничество сетевых компаний и профильных университетов позволит в будущем решить проблему поиска квалифицированных кадров для торговой отрасли.

Анализ современного состояния сетевой торговли позволяет говорить об имеющихся значительных возможностях для дальнейшего роста и развития данного сектора экономики. Эти возможности связаны, прежде всего, с увеличением общего количества торговых площадей, ростом магазинов современных форматов, усилением консолидации отрасли, имеющейся конкуренцией между торговыми компаниями, а также развитием малого и среднего бизнеса в торговле.

Для динамичного развития российским сетевым предприятиям необходимы экономическая стабильность, которая позволила бы устойчиво расти уровню доходов населения, проработанная нормативная база, подготовленный кадровый состав.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Яковлев И. Эльдorado // Думай – делай – достигай! [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.release-me.ru/history/eldorado.php> (дата обращения: 25.02.2012).
2. Розничная сеть «Магнит» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://magnit-info.ru/about/history/>
3. «5» – Пятерочка [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://pyaterochka.ru/about/> (дата обращения: 25.02.2012).
4. Россия в цифрах-2010. Краткий статистический сборник / Росстат. М., 2010. 558 с.

REFERENCES

1. Yakovlev I. Eldorado // Think – do – achieve! [Electronic resource]. Access mode: <http://www.release-me.ru/history/eldorado.php> (date of viewing 25.02.2012).
2. Retail network of Magnit [Electronic resource]. Access mode: <http://magnit-info.ru/about/history/>
3. «5» – Pyaterochka [Electronic resource]. Access mode: <http://pyaterochka.ru/about/> (date of viewing: 25.02.2012).
4. Russia in Figures 2010. Summary statistical yearbook / Rosstat. M., 2010. 558 p.

УДК 658. 114

ББК 65.292

Фомина Светлана Ивановна,
соискатель каф. менеджмента
Волгоградского государственного университета,
начальник отдела мониторинга, анализа и планирования
Управления развития предпринимательства
Администрации Волгоградской области,
г. Волгоград,
e-mail: Winter9403@mail.ru

ПОСТРОЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

ESTABLISHING OF STATE SYSTEM FOR SUPPORT AND DEVELOPMENT OF THE YOUTH BUSINESS IN VOLGOGRAD REGION

Молодежь является стратегическим ресурсом экономики. Вовлечение в предпринимательскую деятельность молодых граждан характеризуется значительными положительными экономическими и социальными эффектами для общества. Автор поднимает вопросы, связанные с проблемами функционирования молодежных предприятий, и обосновывает актуальность мер государственной поддержки, применяемых в Волгоградской области. В статье раскрывается основная идея построения системы государственной поддержки и развития молодежного пред-

принимательства Волгоградской области, исследуются этапы ее становления, анализируются перспективные направления развития системы и сформулированы предложения по ее оптимизации.

The youth is a strategic resource of the economics. Involvement of young people in business is marked by significant positive economic and social effects for the society. The authors bring up the issues connected with the problems of functioning of the youth enterprises and prove the urgency of measures of the state support applied in Volgograd region. The article re-