



► **КАРХ Дмитрий Андреевич**

Доктор экономических наук, профессор кафедры коммерции, логистики и экономики торговли

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45
Тел.: (343) 257-10-44
E-mail: dkarh@mail.ru



► **ГАЯНОВА Венера Медетовна**

Кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, логистики и экономики торговли

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45
Тел.: (343) 221-27-75
E-mail: v.m.gayanova@gmail.com



► **ФАДЕЕВА Зоя Олеговна**

Кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, логистики и экономики торговли

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45
Тел.: (343) 257-10-44
E-mail: zfadeyeva@gmail.com

JEL classification

F15, O18

Розничная торговля Свердловской области: проблемы логистики и интеграции

Аннотация

Статья посвящена анализу закономерностей и перспектив развития розничной торговли. Анализ проведен на примере Свердловской области. Особое внимание в статье уделено развитию интеграционных процессов, диверсификации в розничной торговле региона. Определено место отрасли в агропромышленном комплексе страны. Проанализированы проблемы развития розничной торговли на современном этапе развития экономики. Уточнены понятия: интеграция, концентрация, диверсификация в розничной торговле. Рассмотрено состояние и перспективы логистики в регионе. На основании анализа процессов, происходящих в розничной торговле в настоящее время, определены направления ее развития в Свердловской области.

ВВЕДЕНИЕ

Приоритетные стратегические цели и задачи социально-экономического развития государства, региона – повышение уровня жизни населения, обеспечение экономического роста, создание потенциала для последующего динамичного развития всех отраслей экономики.

Сфера торговли и услуг является одной из важнейших отраслей, ее состояние и эффективность функционирования непосредственно влияют как на уровень жизни населения, так и на развитие экономики страны [10].

Состояние торговли обладает критической значимостью для большинства аспектов жизни населения и экономического развития страны. Торговля, сопутствуя каждой общественно-экономической формации, меняет свои формы и способы в зависимости от уровня научно-технического прогресса, спроса потребителей и требований рынка [8]. Именно поэтому определение проблем и перспектив развития розничной торговли региона (Свердловской области) является важнейшим аспектом данного исследования.

Цель статьи – изучение состояния и разработка направлений развития розничной торговли Свердловской области.

В соответствии с поставленной целью исследования определены следующие задачи:

- исследование состояния розничной торговли Свердловской области;
- определение проблем и тенденций развития розничной торговли региона;
- исследование интеграционных и логистических процессов в розничной торговле региона;

- определение направлений развития розничной торговли Свердловской области в среднесрочной перспективе.

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ СВЕДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Сфера торговли и услуг обладает существенной значимостью по целому ряду аспектов для Свердловской области, ее жителей, для развития бизнеса. Она является основным фактором, обеспечивающим доступность товаров для населения, определяя возможность производителей по доведению своих товаров до потенциальных потребителей.

Для оценки состояния отрасли розничной торговли проанализируем оборот розничной торговли и состояние торговой сети в Свердловской области.

По объему оборота розничной торговли Свердловская область занимает лидирующие позиции. По итогам 2015 г. по данному показателю Свердловская область заняла первое место среди областей Уральского федерального округа и пятое место среди субъектов РФ после Москвы, Московской области, Краснодарского края, Санкт-Петербурга.

Показатель оборота розничной торговли в целом в номинальном выражении продолжает демонстрировать положительную динамику. В 2015 г. оборот розничной торговли сложился в сумме 1035,8 млрд р., что в фактических ценах на 3,7% выше аналогичного показателя 2014 г., в сопоставимых ценах – на 11,0% ниже соответственно.

На рис. 1 представлена динамика изменения оборота розничной торговли Свердловской области.

Retail Trade in Sverdlovsk Oblast: Problems of Logistics and Integration

Abstract

The paper analyses regularities and prospects for development of retail trade using the case of Sverdlovsk oblast. The authors pay special attention to the expansion of integration processes and diversification in the region's retail trade. We determine the position of the retail industry in the agro-industrial complex of the country and examine the problems associated with the development of retail trade at the modern evolution stage of Russia's economy. The article clarifies the following concepts: integration, concentration and diversification in retail trade. It explores the current state and future prospects for logistics in the region. Having analysed the processes occurring in retail trade at the present moment, we identify the directions for its development in Sverdlovsk oblast.

В последнем периоде динамика обусловлена экономической конъюнктурой, характеризующейся снижением потребительского спроса, сокращением реальных денежных доходов и общей оптимизацией расходов населения на фоне роста склонности к сбережению.

Однако развитие торговли в среднесрочной перспективе зависит от влияния общеэкономических факторов, таких как продление санкций со стороны западных стран, ответных контрсанкций Российской Федерации и сохранение слабого курса национальной валюты. Все эти факторы главным образом обуславливают динамику показателя инфляции – одной из ключевых характеристик потребительского рынка и экономики в целом.

По итогам 2015 г. в Свердловской области зафиксирована инфляция на уровне 15,8% в годовом выражении. Высокое значение было обусловлено влиянием вышеназванных факторов, пик воздействия которых пришелся на первый квартал предыдущего года. Сегодня в условиях ужесточения денежно-кредитной политики тенденция роста цен су-

щественно замедлилась, а комплекс мер ЦБ РФ, направленный на инфляционное таргетирование на уровне 4% в год, призван способствовать установлению ценовой стабильности в дальнейшем.

Для потребительского рынка высокое инфляционное давление является одной из основных проблем и провоцирует сильное снижение потребительского спроса на фоне падения реальных денежных доходов населения. В связи с этим основные показатели потребительского рынка в 2015 г. продемонстрировали негативную динамику. Так, оборот розничной торговли сократился на 11%. Столь сильное снижение было обусловлено также ростом у населения склонности к сбережению в условиях более жесткой монетарной политики ЦБ РФ.

Динамика индекса физического объема оборота розничной торговли представлена в таблице.

В структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий увеличился с 46,7% в 2014 г. до 48,6% в 2015 г. Соответственно, доля непродовольственных товаров снизилась

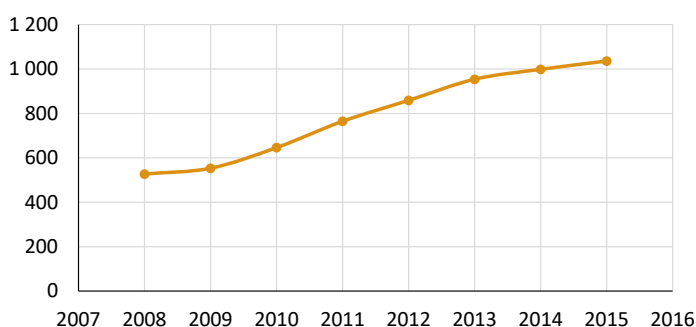


Рис. 1. Динамика оборота розничной торговли Свердловской области, млрд р.

► **Dmitry A. KARKH**
Dr. Sc. (Econ.), Professor of Commerce, Logistics and Trade Economics Dept.

Ural State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
8 Marta/Narodnoy Voli St., 62/45
Phone: (343) 257-10-44
E-mail: dkarh@mail.ru

► **Venera M. GAYANOVA**
Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor of Commerce, Logistics and Trade Economics Dept.

Ural State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
8 Marta/Narodnoy Voli St., 62/45
Phone: (343) 221-27-75
E-mail: v.m.gayanova@gmail.com

► **Zoya O. FADEEVA**
Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor of Commerce, Logistics and Trade Economics Dept.

Ural State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
8 Marta/Narodnoy Voli St., 62/45
Phone: (343) 257-10-44
E-mail: zfadeyeva@gmail.com

Ключевые слова

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ
ТОРГОВАЯ СЕТЬ
ЛОГИСТИКА
ИНТЕГРАЦИЯ
КОНЦЕНТРАЦИЯ
ДИВЕРСИФИКАЦИЯ
АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС

Keywords

RETAIL TRADE
RETAIL CHAIN
LOGISTICS
INTEGRATION
CONCENTRATION
DIVERSIFICATION
AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

JEL classification

F15, O18

Индекс физического объема оборота розничной торговли в целом по РФ и субъектам РФ, входящим в состав Уральского федерального округа, %

Субъекты Российской Федерации	Январь – декабрь 2014 г. к январю-декабрю 2013 г.	Январь – декабрь 2015 г. к январю-декабрю 2014 г.
Российская Федерация	102,7	90,0
Уральский федеральный округ	99,0	88,1
Свердловская область	97,1	89,0
Курганская область	100,2	87,4
Челябинская область	99,5	82,7
Тюменская область	100,9	90,8

Составлено по: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: стат. сб. / Росстат. М., 2016.

с 53,3 до 51,4%. Изменения в структуре за 2014–2015 гг. показаны на рис. 2.

Формирование оборота в 2015 г. осуществлялось в основном за счет продажи товаров торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в стационарной торговой сети, однако их доля в обороте снизилась за год на 0,4% и составила 96,2%, в то время как продажа на розничных рынках и ярмарках в 2015 г. увеличилась до 3,8%.

Розничные торговые сети формировали в среднем 25,1% общего объема оборота розничной торговли (в 2014 г. – 23,4%). В обороте розничной торговли торговых сетей удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил 62,7%, что на 2,2% выше аналогичного периода предыдущего года.

На рис. 3 представлена доля оборота розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли Свердловской области. Как видно из представленных данных, прирост этого показателя за 6 лет составил больше 100%.

Стоит отметить, что доля розничного товарооборота Свердловской области в обороте розничной торговли РФ осталась на уровне предыдущего года – 3,8%.

Таким образом, оборот розничной торговли Свердловской области показывает сокращение, что обусловлено экономической конъюнктурой. Также отмечается изменение в структуре оборота: увеличивается доля пищевых продуктов при сокращении доли непродовольственных товаров, что связано со снижением потребительского спроса, сокращением реальных денежных доходов и оптимизацией расходов населения.

Характеризуя розничную торговую сеть Свердловской области, стоит от-

метить значительное ежегодное расширение количества объектов. При этом из общего количества объектов 26210 магазины составляют 20480 (78%), павильоны и киоски – 5302 (20%), торговые центры и комплексы – 428 (2%).

В области продолжает сокращаться количество нестационарных торговых объектов, что свидетельствует об устойчивом развитии магазинов, которые практически полностью удовлетворяют потребности населения в приобретении необходимых товаров. Изменения за 2014–2015 гг. показаны на рис. 4.

В 2015 г. из 20480 магазинов, расположенных на территории Свердловской области, 34% составили продовольственные; 55% – непродовольственные; 11% – смешанные.

За 2015 г. торговая сеть увеличилась на 350 магазинов (за счет нового строительства – на 154), 50 торговых центров (вновь построено 23), при одновременном сокращении павильонов и киосков на 11 и 89 единиц соответственно.

Основным критерием оценки доступности продовольственных и непродовольственных товаров для населения и удовлетворения спроса на такие товары является достижение норматива минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов [6].

Информация по показателю «обеспеченность населения торговыми площадями» представлена на рис. 5.

Увеличивается количество магазинов, принадлежащих сетевым структурам различного уровня. По оценке Министерства агропромышленного комплекса и продовольствия Свердловской области в регионе функционирует порядка 8,5 тыс. магазинов сетевых структур, что на 4% выше данного показателя 2014 г. Изменения за 2013–2015 гг. представлены на рис. 6.

Анализируя структуру сетевых компаний, можно сделать вывод, что больше половины занимают магазины местного уровня. Однако это не исключает существование и развитие множества федеральных и областных торговых сетей. Наибольшая концентрация сетевых



Рис. 2. Макроструктура оборота розничной торговли Свердловской области, %

Составлено по: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: стат. сб. / Росстат. М., 2016.

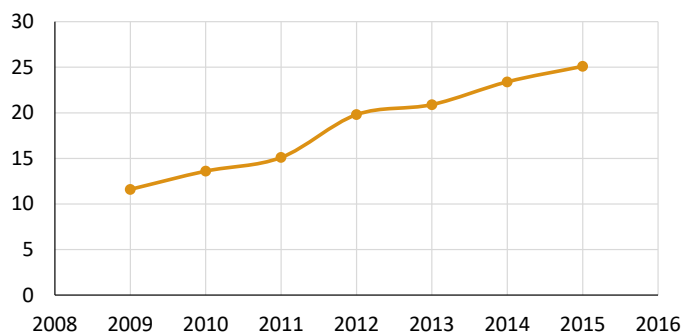


Рис. 3. Доля оборота розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли, %

Составлено по: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: стат. сб. / Росстат. М., 2016.



Рис. 4. Состояние розничной торговой сети Свердловской области в 2015 г., %

Составлено по: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: стат. сб. / Росстат. М., 2016.

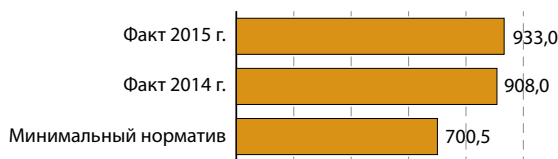


Рис. 5. Обеспеченность торговыми площадями в Свердловской области, м²

Составлено по: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: стат. сб. / Росстат. М., 2016.

структур характерна для торговли Екатеринбурга.

В Свердловской области продолжался процесс инновационного развития предприятий розничной торговли. Так, доля объектов, применяющих современные формы торгового обслуживания (самообслуживание), увеличилась до 40% против 38% в 2014 г.

Свердловская область характеризуется высоким уровнем развития торговой деятельности, существуют такие формы торговли, как ярмарки, рынки, а также стационарные и нестационарные торговые объекты. Население Свердловской области обеспечено торговыми площадями в полной мере.

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ, ДОМИНИРУЮЩИЕ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Основной тенденцией развития розничной торговли в Свердловской области является усиление интеграционных процессов.

Многочисленность субъектов розничной продовольственной торговли на территории региона, их близкая и непосредственная связь с производителями и потребителями продовольствия служат объективной основой интеграции.

По нашему мнению, интеграция в розничной торговле – это добровольное объединение двух и более самостоятельных торговых субъектов под единым началом, углубление их взаимодействия, установление связей между ними, укрупнение предприятий с целью оптимиза-

ции торгово-технологических процессов и достижения синергетического эффекта.

Существенная особенность интеграции в торговле состоит в том, что, начавшись позже, чем интеграция в промышленности и банковской сфере, она получила широкое распространение и представлена всеми возможными видами и направлениями [12].

Следует выделить два основных направления развития интеграции в торговле, актуальных в настоящее время: концентрация и диверсификация [3].

На наш взгляд, концентрация в розничной торговле – это характер экономических взаимоотношений, заключающийся в сосредоточении и наращивании все большей массы материальных, трудовых, финансовых и информационных ресурсов, объемов продаж, массы прибыли в отдельных торговых предприятиях.

Цель концентрации в розничной продовольственной торговле – эффективное взаимодействие между субъектами и объектами управления в процессе организации и оптимизации рынка продовольствия.

Концентрация в продовольственной торговле Свердловской области характеризуется:

- увеличением числа розничных предприятий продовольственной специализации;
- ростом торговых площадей, рабочих мест и числа занятых работников;
- повышением объема товарооборота продовольственных товаров в целом и по наиболее важным группам товаров;
- развитием розничных торговых сетей и повышением их роли в организации рынка продовольствия и т.д.

Диверсификация в розничной торговле нами рассматривается как преобразование или расширение торговой деятельности за счет изменения типа, ассортимента и ценовой политики, торговой площади, формы торгового обслуживания, месторасположения торгового предприятия для повышения эффективности деятельности.

Цель диверсификации – создание условий для сохранения рыночных позиций розничных субъектов при неожиданных потерях в одной из областей деятельности путем распределения инвестируемых или ссужаемых денежных капиталов между различными объектами вложений.

В розничной торговле Свердловской области диверсификация проявляется при образовании: оптово-розничных центров, торгово-развлекательных центров, собственных предприятий и цехов, производящих пищевую продукцию, мультиформатной розничной сети и т.п.

Интеграция в развитии розничной торговли Свердловской области про-



Рис. 6. Структура сетевой торговли в Свердловской области, %

Составлено по: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: стат. сб. / Росстат. М., 2016.

является в расширении масштабов деятельности одних структур (федеральные и международные торговые сети) и постепенном уходе с рынка других (местные торговые сети). За последние годы рынок розничной торговли Свердловской области покинули такие местные торговые сети, как «Купец», «Атлант», «Пикник», «Звездный» и др. Соответственно перераспределяются доли рынка между местными и крупными федеральными продовольственными товаропроизводителями. Последним выгоднее реализовывать крупные партии товара федеральным и международным торговым сетям. С местными товаропроизводителями в основном работают местные сети. Так, торговая компания «Кировский» в Свердловской области 60% товарооборота получает от реализации продовольственных товаров местных производителей. В связи с вышесказанным возникает риск ухода местных производителей с рынка.

Особую роль розничная торговля играет, выступая как элемент агропромышленного комплекса. В условиях усложнения межгосударственных связей, введения в отношении России экономических санкций и необходимости реализации стратегии импортозамещения ситуация на рынке продовольствия сложилась непростая [2].

Отечественная сельхозпродукция, теперь уже всем очевидно, часто неконкурентоспособна по сравнению с зарубежной лишь потому, что во всех государствах агросектор получает на порядок большую господдержку. Сейчас, например, российские молочные компании проигрывают белорусским, у наших соседей высокий уровень господдержки, контроль над уровнем издержек и ценами на инфраструктурные услуги.

Проблемы импортозамещения невозможно решить в кратчайшие сроки. Однако и в существующих условиях российские сельхозпроизводители добились больших успехов. Всего за 5–7 лет птицеводство в 2,5 раза увеличило производство мяса курицы и закрывает потребности рынка в нем уже на 90%. Свиноводство, которое недавно было на грани краха, получило поддержку государства и активно развивается. На очереди молочное животноводство, плодородство, овощеводство, включая тепличное хозяйство. Однако инвестиции в защищенный грунт, где выращиваются овощи, еще не достигли необходимого уровня.

В сложившихся условиях оптимальное развитие агропромышленного комплекса России должно быть прежде всего ориентировано на емкость внутреннего рынка продовольственных товаров, на основе которой следует формировать адекватную ресурсную базу и технологическую, территориальную, организационную и сбытовую инфраструктуру [1].

В этой связи в условиях ограниченности ресурсов необходимых для производства и поставки продовольствия на внутренний рынок возрастает роль торговли не только в агропромышленном комплексе, но и во всей национальной экономике [4].

Интеграция по всем своим направлениям имеет широкое распространение в торговле, опыт и последствия ее внедрения ощутимо воздействуют на развитие интеграционных процессов в АПК, способствующих совершенствованию продовольственного комплекса РФ¹.

Специфика торговли, ее неразрывная и постоянная связь с населением, с одной стороны, и поставщиками-производителями, с другой стороны, способствуют получению быстрых результатов, отражающих не только эффективность управления самой торговлей, но и, прямо или косвенно, эффективность всех отраслей АПК и данной интегрированной структуры в целом, по сути, дают возможность оценить синергетический эффект всего производственного комплекса [13].

Критериями синергетического эффекта от интеграции в продовольственном комплексе могут выступить показатели региональной торговли, отражающие степень обеспечения оптимального функционирования хозяйственного комплекса региона, повышение уровня удовлетворения спроса населения и качество торгового обслуживания на основе развития межотраслевых, межтерриториальных и межгосударственных связей.

Исследование интеграционных процессов в торговле, что следует особо подчеркнуть, позволяет в кратчайшие сроки с минимальными финансовыми ресурсами сориентировать и вывести отечественный продовольственный комплекс на инновационный путь развития и оптимизировать как внутреннее производство продовольственной и пищевой продукции, так и внутреннюю конъюнктуру продовольственного рынка [4].

¹ Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ.

Оптимальное развитие АПК, и в частности торговли, напрямую связано также с развитием логистики.

Логистика представляет собой форму оптимизации рыночных связей, гармонизации интересов всех участников процесса товародвижения [14; 16].

Логистику можно охарактеризовать как науку управления материальными потоками от первичного источника до конечного потребителя с минимальными издержками, связанными с товародвижением и относящимися к нему потоками финансовых и информационных ресурсов.

Свердловская область является перспективной площадкой для развития транспортно-логистического комплекса. Это обусловлено следующими причинами: концентрация промышленно-сырьевой базы и соответствующая необходимость организации транспортировки продукции в другие регионы; выгодное географическое положение, обусловленное рельефом территории, удобством прокладки магистралей, а также положение связующего звена между европейской и азиатской частями России; отсюда – активная внешнеэкономическая деятельность; наконец, бурное развитие оптовой и розничной торговли – основных потребителей логистических услуг.

Сильными сторонами Свердловской области являются возрастающая инвестиционная привлекательность, развитость промышленности, а также наличие крупных оптовых компаний, которые выходят на федеральный рынок. Слабые стороны региона – плохое качество дорог, недостаточно профессиональная работа таможни, недостаточное количество складов класса «А» и «В+», отсутствие квалифицированного логистического персонала, административные барьеры. Последние не позволяют бизнесменам-оптовикам оперативно решать вопросы приобретения земли под строительство складов.

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Основываясь на проведенном анализе состояния и тенденций развития розничной торговли в Свердловской области, можно сделать вывод о положении данного сектора экономики в нашей области, а также определить направления его дальнейшего развития.

Рост доли сетевых структур на территории области продолжится, что обусловлено экспансией торговых сетей в муниципальные образования региона.

При этом перспектива развития розничного рынка Свердловской области предполагает, что достижение доминирующих позиций в крупных муниципалитетах вынудит крупные торговые сети начать развиваться в сторону небольших городов, поселков и деревень.

Оценка влияния данного развития рынка несет в себе очевидно положительные и отрицательные предпосылки.

В первую очередь необходимо отметить, что рост распространения торговых сетей вызовет увеличение инвестиций в инфраструктурные проекты со стороны частного и государственного секторов экономики. Это окажет положительное влияние на экономику региона в целом, увеличив совокупный спрос. Развитие инфраструктуры приведет к улучшению инвестиционного климата региона, что позволит привлечь инвесторов в отрасли, не связанные с розничной торговлей. Это также будет способствовать росту экономики за счет появления новых высокопроизводительных рабочих мест и как следствие увеличения потребительского спроса.

Подобные выводы очевидны и основаны на базовых принципах макроэкономики, где отмечается, что долгосрочный экономический рост обусловлен двумя факторами: приростом капитала и технологическим прогрессом. Несмотря на то что прирост капитала оказывает ограниченное влияние на экономический рост, развитие торговых сетей в удаленные территории региона имеет огромный потенциал и способно обеспечить Свердловской области существенный прорыв.

Однако, помимо положительных аспектов предполагаемого сценария развития розничной торговли Свердловской области, фиксируются и негативные явления. Так, однозначно негативное влияние будет прослеживаться на фоне снижения доли малого и среднего бизнеса в торговой деятельности, поскольку он не только обеспечивает предпринимательскую активность, но и выступает каналом сбыта своей продукции для той категории граждан, которые классифицируются как «самозанятые». Это, напротив, приведет к некоторой потере потребительской активности со стороны населения и будет нивелировать часть положительных эффектов, описанных выше. Особенность данного явления заключается в том, что для удаленных территорий (небольшие муниципалитеты) часто характерен инерционный тип развития, и перестройка на новые потребительские товары круп-

ных торговых сетей будет происходить дольше, чем в других регионах или странах, где социальная мобильность и адаптация выше [11].

Учитывая проявление негативных аспектов определенно возрастает роль государства, которое должно стать своеобразным «мостом» между «самозанятыми» гражданами, местными производителями и торговыми сетями. Это позволит обеспечить сбыт для продукции местного производства, а также поддержит предпринимательскую активность, как это раньше делали небольшие торговые предприятия. Государство может оказать влияние и на явление жесткости цен, мотивируя центральные офисы предоставлять больше самостоятельности управляющим торговых объектов сети в удаленных территориях. Последнее, в свою очередь, также может быть достигнуто за счет налаживания связей между торговыми сетями и местными производителями продукции.

Следующим направлением развития розничной торговли в Свердловской области является использование современных технологий. В крупных городах и их спутниках работа предприятий торговли имеет значительный потенциал роста за счет активного внедрения инноваций.

Здесь имеется в виду не столько переход на современные форматы торговли (для Екатеринбурга и многих крупных муниципалитетов этот показатель уже сейчас высокий; доля магазинов, работающих по методу самообслуживания, в Свердловской области составляет 43%), сколько введение передовых технологий.

Развитие инновационных методов ведения торговой деятельности, планирования и прогнозирования спроса в предстоящие годы однозначно будет иметь большое значение в конкуренции предприятий торговли. Осознание потенциальных возможностей этой сферы является серьезным мотивом для роста объема инвестиций в нее.

Актуальным направлением, связанным с необходимостью иметь конкурентное преимущество, являются передовые технологии анализа и прогнозирования потребительского спроса. Более того, новые технологии позволят существенно сократить время оценки потребительских предпочтений, что может сэкономить предприятиям торговли целые годы изучения своих клиентов.

К подобным технологиям относятся использование внутренних аналитических баз, внедрение имитационных моделей, различные информационные технологии, а также развитие направления BIG DATA.

В этой ситуации наибольшей адаптивностью и возможностями внедрения современных технологий обладают торговые сети. Именно данный тип компаний способен осуществлять значительные инвестиции, что является основополагающим требованием при реализации указанных мировых тенденций. Это, в частности, подтверждает тезис, что торговые сети с их возможностями в долгосрочной перспективе будут увеличивать долю в обороте розничной торговли [9].

Одним из направлений оптимизации логистических процессов в розничной торговле Свердловской области является объединение местных торговых предприятий и товаропроизводителей. Это откроет доступ на рынок местным продуктам и создаст выгодные условия для торговли товарами транснациональных производителей. Участники таких объединений получают возможность стать вполне конкурентоспособными федеральными гипермаркетами – объединившись, возможно увеличить объем закупки у транснациональных производителей и получить условия продаж аналогичные условиям крупных сетей. Эффективность такого объединения возрастет при создании единого логистического пространства, которое предполагает образование информационной площадки на основе современных логистических концепций и технологий. Единое логистическое пространство позволит осуществить интеграцию участников объединения, относящихся к различным цепям поставок, в плане обмена информацией [5].

Развитие торговли будет непосредственно зависеть от ситуации с потенциалом потребительского спроса и его возможностями, а значит, на развитие розничной торговли в Свердловской области будет оказывать влияние состояние экономики страны и региона. Важно также отметить, что во многом именно розничная торговля и стремление динамично развивающегося ритейла занимать большую долю рынка, а менеджмента – наращивать стоимость компании приведут к тому, что отдаленные территории региона будут развиваться при появлении в них новых торговых объектов [7].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что Свердловская область даже в условиях достаточно неоднозначной экономической конъюнктуры демонстрирует устойчивую позицию и развивается на одном уровне со страной. Учитывая также тот факт, что основной вклад в показатели розничной торговли России и создание доминирующих тенденций вносят Москва и Санкт-Петербург, можно отметить уверенное следование региона за лидерами.

В ходе проведенного анализа выявлено, что важнейшей тенденцией развития розничной торговли в Свердловской области является интеграция торговых предприятий. Предложен авторский подход к следующим понятиям: интеграция в розничной торговле, концентрация в розничной торговле, диверсификация в розничной торговле.

Оценка перспективных тенденций является основой для определения стратегического сценария развития розничной торговли [15].

На основании проведенного анализа можно выделить наиболее актуальные направления рынка розничной торговли, которые имеют особый потенциал роста в среднесрочной перспективе на территории Свердловской области:

- развитие федеральных сетевых предприятий розничной торговли;
- внедрение достижений научно-технического прогресса;
- объединение местных торговых предприятий и товаропроизводителей в единое логистическое пространство. ■

Библиографическая ссылка: Карх Д.А., Гаянова В.М., Фадеева З.О. Розничная торговля Свердловской области: проблемы логистики и интеграции // Управленец. 2017. №5(69). С. 104–111.

For citation: Karkh D.A., Gayanova V.M., Fadeeva Z.O. Retail Trade in Sverdlovsk Oblast: Problems of Logistics and Integration. *Upravlenets – The Manager*, 2017, no. 5(69), pp. 104–111.

Источники

1. Амбарцумов С.В. Экспорт капитала как конкурентное преимущество России на международной арене // *Международная экономика*. 2014. №8. С. 42–43.
2. Борисов А. Стратегия развития или сдерживания? // *Современная торговля*. 2015. № 1-2. С. 14–17.
3. Карх Д.А., Гаянова В.М. Интеграционные процессы в розничной торговле. Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2008.
4. Карх Д.А., Гаянова В.М., Аймел Ф. Приоритетные направления повышения эффективности регионального продовольственного комплекса // *Экономика региона*. 2015. № 2(42). С. 260–270.
5. Кузменко Ю.Г., Левина А.Б., Воложанин В.В. Методология логистической интеграции торгового обслуживания с позиции уровня системного подхода // *Вестник ЮУрГУ. Сер.: Экономика и менеджмент*. 2014. Т. 8. № 3. С. 142–146.
6. Лебедева И.С. Актуальные вопросы эффективной организации бизнеса в розничной торговле // *Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*. 2010. № 5. С. 65–72.
7. Маслова К.А. Основные тренды и направления стратегического развития в розничной торговле // *Инновационное развитие*. 2017. № 6(11). С. 43–45.
8. Седова К.А. Розничная и оптовая торговля как подсистемы торговой отрасли РФ // *Экономические исследования и разработки*. 2017. № 6. С. 22–27.
9. Селезнева Е.Ю. Розничная торговля: проблемы, тенденции и перспективы развития // *Вестник Российского государственного гуманитарного университета*. 2011. № 10(72). С. 254–260.
10. Ханин Г.И., Фомин Д.А. Розничная торговля России: состояние и перспективы // *Проблемы прогнозирования*. 2005. № 6. С. 84–103.
11. Чеглов В.П. Теоретико-методологическое обоснование применения категории «интегрированная торговая система» при анализе процессов трансформации торговли в России // *Российское предпринимательство*. 2015. № 11. С. 174–183.
12. Чкалова О.В., Наливайко К.А. Розничная торговля России в современной экономике // *Экономический анализ: теория и практика*. 2015. № 23(422). С. 16–25.
13. Aktas E., Ulengin F. Penalty and Reward Contracts Between a Manufacturer and Its Logistics Service Provider // *Logistics Research*. 2016. Vol. 9. Iss. 1. P. 7–14.
14. Daneshzand F. The Vehicle-Routing Problem // *Logistics Operations and Management Concepts*. 2011. № 8. P. 127–153.
15. Gummesson E. *Total Relationship Marketing*. 2nd ed. Oxford: Butterworth Heinemann, 2002.
16. Zijm H., Klumpp M., Clausen U., Hompel M. (eds.) *Logistics and Supply Chain Innovation*. Springer, 2015.

References

1. Ambartsumov S.V. Eksport kapitala kak konkurentnoe preimushchestvo Rossii na mezhdunarodnoy arene [Export of capital as a competitive advantage of Russia in the international arena]. *Mezhdunarodnaya ekonomika – International Economics*, 2014, no. 8, pp. 42–43.
2. Borisov A. Strategiya razvitiya ili sderzhivaniya? [Strategy of development or containment?]. *Sovremennaya trgovlya – Modern Trade*, 2015, no. 1-2, pp. 14–17.
3. Karkh D.A., Gayanova V.M. *Integratsionnye protsessy v roznichnoy trgovle* [Integration processes in retail trade]. Yekaterinburg: USUE Publ., 2008.
4. Karkh D.A., Gayanova V.M., Aymel F. Prioritetnye napravleniya povysheniya effektivnosti regional'nogo prodovol'stvennogo kompleksa [Priority directions of the regional food complex effectiveness increase]. *Ekonomika regiona – Economy of Region*, 2015, no. 2(42), pp. 260–270.
5. Kuzmenko Yu.G., Levina A.B., Volozhanin V.V. Metodologiya logisticheskoy integratsii trgovogo obsluzhivaniya s pozitsii urovnevnogo sistemnogo podkhoda [The methodology of logistical integration of commercial services from the position of level system approach]. *Vestnik YuUrGU. Ser.: Ekonomika i menedzhment – Bulletin of the South Ural State University. Series: Economics*, 2014, vol. 8, no. 3, pp. 142–146.
6. Lebedeva I.S. Aktual'nye voprosy effektivnoy organizatsii biznesa v roznichnoy trgovle [Actual issues of effective business organization in retail trade]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta im. G.V. Plekhanova – Bulletin of Plekhanov Russian University of Economics*, 2010, no. 5, pp. 65–72.
7. Maslova K.A. Osnovnye trendy i napravleniya strategicheskogo razvitiya v roznichnoy trgovle [Main trends and directions of strategic development in retail trade]. *Innovatsionnoe razvitie – Innovation Development*, 2017, no. 6(11), pp. 43–45.
8. Sedova K.A. Roznichnaya i optovaya trgovlya kak podsistemy trgovoy otрасli RF [Retail and wholesale trade as subsystems of the RF trade sector]. *Ekonomicheskie issledovaniya i razrabotki – Economic Development Research Journal*, 2017, no. 6, pp. 22–27.
9. Selezneva Ye.Yu. Roznichnaya trgovlya: problemy, tendentsii i perspektivy razvitiya [Retail trade: problems, tendencies and prospects of development]. *Vestnik Rossiyskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta – Bulletin of Russian State University for the Humanities*, 2011, no. 10(72), pp. 254–260.
10. Khanin G.I., Fomin D.A. Roznichnaya trgovlya Rossii: sostoyanie i perspektivy [Retail trade in Russia: state and prospects]. *Problemy prognozirovaniya – Problems of Forecasting*, 2005, no. 6, pp. 84–103.
11. Cheglov V.P. Teoretiko-metodologicheskoe obosnovanie primeniya kategorii «integrirovannaya trgovaya sistema» pri analize protsessov transformatsii trgovli v Rossii [Theoretical-methodological substantiation of application of a category of the «integrated trading system» at the analysis of processes of transformation of trade in Russia]. *Rossiyskoe predprinimatel'stvo – Russian Journal of Entrepreneurship*, 2015, no. 11, pp. 174–183.
12. Chkalova O.V., Nalivayko K.A. Roznichnaya trgovlya Rossii v sovremennoy ekonomike [Retail trade in Russia in the modern economy]. *Ekonomicheskiy analiz: teoriya i praktika – Economic Analysis: Theory and Practice*, 2015, no. 23(422), pp. 16–25.
13. Aktas E., Ulengin F. Penalty and Reward Contracts Between a Manufacturer and Its Logistics Service Provider. *Logistics Research*, 2016, vol. 9, no. 1, pp. 7–14.
14. Daneshzand F. The Vehicle-Routing Problem. *Logistics Operations and Management Concepts*, 2011, no. 8, pp. 127–153.
15. Gummesson E. *Total Relationship Marketing*. 2nd ed. Oxford: Butterworth Heinemann, 2002.
16. Zijm H., Klumpp M., Clausen U., Hompel M. (eds.) *Logistics and Supply Chain Innovation*. Springer, 2015.