

# НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

## DIRECTIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TRADE AND INDUSTRY IN TERMS OF IMPORT SUBSTITUTION

*I. Krasnyuk*

### Annotation

This paper examines the factors influencing the location of enterprises of trade, the role of trade in the provision of consumer goods that reflected the actualization of the use of innovation in terms of import substitution, defined the main directions of innovative development of trade and industry.

**Keywords:** trade, trade industry, policy of import substitution, regional consumer market development, innovation, trade, directions of innovative development of trade and industry.

*Красюк Ирина Анатольевна*

*Д.э.н., профессор каф. "Внешнеэкономической деятельности и торгового дела", ФГБОУ ВПО Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет*

### Аннотация

В работе рассмотрены факторы, оказывающие влияние на размещение предприятий торговли, показана роль торговли в обеспечении населения потребительскими товарами, отражена актуализация использования инноваций в условиях импортозамещения, определены основные направления инновационного развития торговой отрасли.

### Ключевые слова:

Торговля, торговая отрасль, политика импортозамещения, региональное развитие потребительского рынка, инновации в торговле, направления инновационного развития торговой отрасли.

Обеспечение населения товарами, оказание торговых услуг – важнейшая сфера деятельности торговли. Важную роль в этом процессе играет материально-техническое обеспечение торговли. Физическую доступность потребительских товаров обеспечивают качество и оснащенность товаропроводящей инфраструктуры и наличие современного торгового оборудования. Емкость региональных потребительских рынков продолжает увеличиваться, поэтому вопросы развития инфраструктуры торговли актуализируются, в связи с этим направлением деятельности возрастает роль транспортной доступности и качество транспортной инфраструктуры. Обслуживание отдаленных районов с неразвитой транспортной инфраструктурой и низкой плотностью населения является низкорентабельным, поэтому торговые сети не спешат размещать там свои предприятия.

В силу специфики своей деятельности организации торговых предприятий должны быть максимально приближены к потребителям, особенно розничные торговые предприятия. На размещение торговых предприятий оказывают значительное влияние факторы: градостроительные, материально-технические, транспортные, социальные, экономические. Все факторы действуют на

нескольких уровнях: макро-, мезо- и микроуровнях организации торговой отрасли, но разные факторы проявляют свое влияние на разных уровнях с разной интенсивностью. Так, например, на макроуровне – это уровень страны, региона, – большое влияние оказывают социальные факторы (см. рис. 1).

Уровень развития торговой отрасли отражает уровень экономического развития страны и находится в прямой зависимости от него. Усиление конкурентной борьбы в торговле приводит к развитию торгово-технологических и логистических цепочек, в частности имеется в виду территориальное развитие торговли, дальнейшее проникновение в регионы. Сетевые структуры торговли – современные формы торгового бизнеса, обеспечивающие перспективное отраслевое развитие, базирующееся на инновационных процессах торговли, направленных на повышение качества реализуемых товаров и оказываемых услуг.

В сложных макроэкономических условиях, направленных на импортозамещение продовольственных товаров, конъюнктура потребительского рынка изменилась. Возникла проблема дефицита предложения со стороны поставщиков, некоторые из них, используя сложившуюся

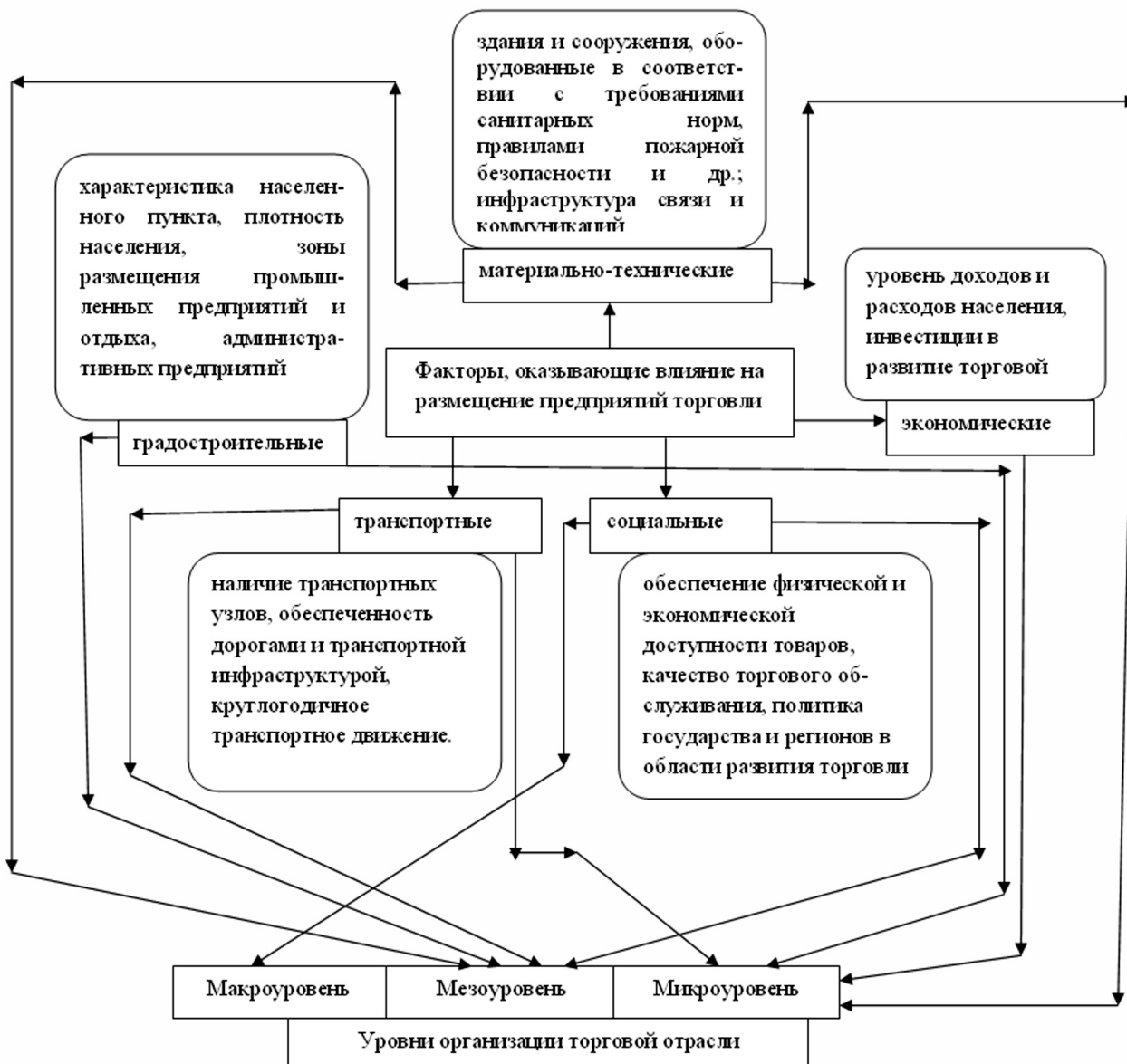


Рис. 1. Влияние факторов размещения предприятий торговли на различных уровнях организации торговой отрасли [Разработан автором]

ситуацию, повышают цены. При этом они отказываются от работы с торговой сетью, если не договорились о повышении закупочной цены. Подобная позиция поставщиков приводит к росту розничных цен или дефициту некоторых товаров.

В 2015 году прогнозируемый рост оборота розничной торговли составит 0,6 %, в том числе по продовольственным товарам – 0,1%; по непродовольственным товарам –1,0%. (см. рис.2)

В настоящее время в соответствии со ст. 19 Федерального закона от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой дея-

тельности в Российской Федерации" нормативы обеспеченности торговой площадью являются основным критерием оценки доступности продовольственных и непродовольственных товаров населению. В табл. 1 приведены нормативы обеспеченности торговой и складской площадью, в настоящее время норматива обеспеченности складской площадью нет.

В настоящее время в соответствии со ст. 19 Федерального закона от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" нормативы обеспеченности торговой площадью являются основным критерием оценки доступности продовольственных и непродо-

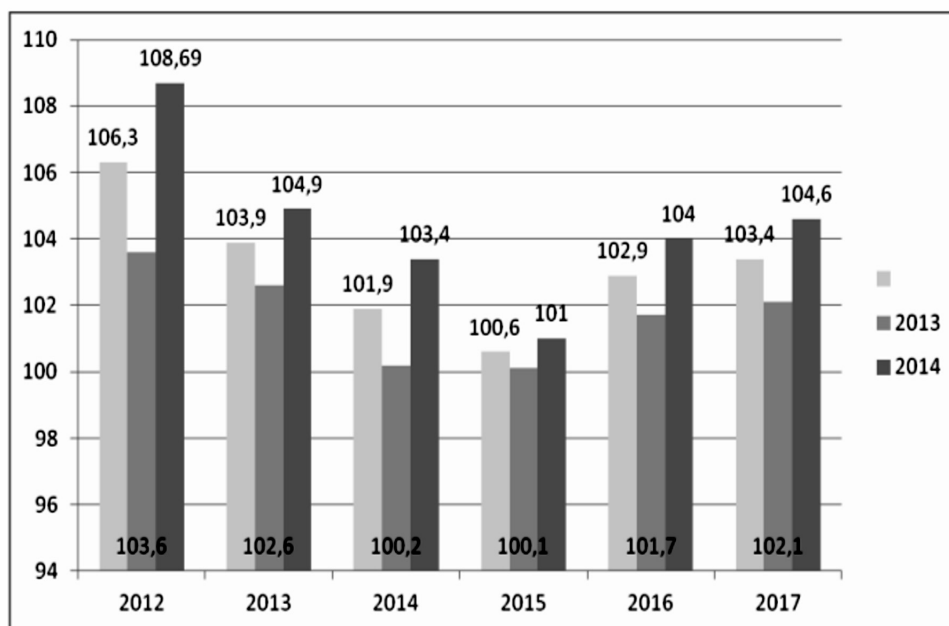


Рис. 2. Динамика оборота розничной торговли  
(прирост, % к предыдущему году) [Разработан автором по материалам 3]

Таблица 1.

Нормативы минимальной обеспеченности населения городов торгово-складской сетью [4]

| Годы  | Общий норматив | Продовольственные товары | Непродовольственные товары |
|---|----------------|--------------------------|----------------------------|
| Торговая площадь, м <sup>2</sup> на 1000 жителей  |                |                          |                            |
| 1991-1995   | 215            | 90                       | 125                        |
| 1996-2000   | 230            | 90                       | 140                        |
| 2009-2020   | 521            | 159                      | 362                        |
| Площадь общетоварных складов, м <sup>2</sup> на 1 день товарного запаса на 1000 жителей |                |                          |                            |
| 1986-2000   | 4,5            | 1,5                      | 3,0                        |

вольственных товаров населению. В табл. 1 приведены нормативы обеспеченности торговой и складской площадью, в настоящее время норматива обеспеченности складской площадью нет.

В табл. 2 представлена информация об обеспеченности торговыми площадями жителей городов, м<sup>2</sup> на 1000 жителей.

Анализируя данные об обеспеченности торговой площадью, приведенные в табл. 2, можно сделать вывод о неравномерности распределения торговой площади. По итогам 2014 года структура торговой площади в России была представлена следующим образом:

- ◆ Москва – 18%,
- ◆ Санкт-Петербург – 9%,
- ◆ города с численностью более 1 млн. чел. – 23%,
- ◆ города с населением менее 1 млн.чел.– 50% [6].

Импортозамещение направлено на повышение продовольственной безопасности страны. В связи с этим возрастает роль торговли, как интегрирующей системы между сельским хозяйством, пищевой промышленностью, потребителем. Специфической особенностью этого взаимодействия является обострение взаимоотношений "розничная сеть-потребитель", выражающаяся в жестких требованиях сетей по доставке, гарантированному ассортименту и гарантированным объемам продаж, ус-

ловиям ввода и вывода отдельных товаров, в системе скидок и отсрочек платежей, по предоставлению оборудования в торговые залы и т.п. [1].

Таблица 2.

Обеспеченность торговой площадью жителей городов в расчете на 1000 человек [Составлена автором по материалам 5]

| Город           | Торговая площадь |
|-----------------|------------------|
| Санкт-Петербург | 595              |
| Москва          | 361              |
| Самара          | 334              |
| Казань          | 320              |

| Город           | Торговая площадь |
|-----------------|------------------|
| Краснодар       | 318              |
| Ростов-на-Дону  | 318              |
| Красноярск      | 278              |
| Екатеринбург    | 232              |
| Нижний Новгород | 178              |
| Волгоград       | 152              |
| Новосибирск     | 125              |
| Челябинск       | 124              |
| Омск            | 123              |
| Пермь           | 120              |
| Уфа             | 119              |

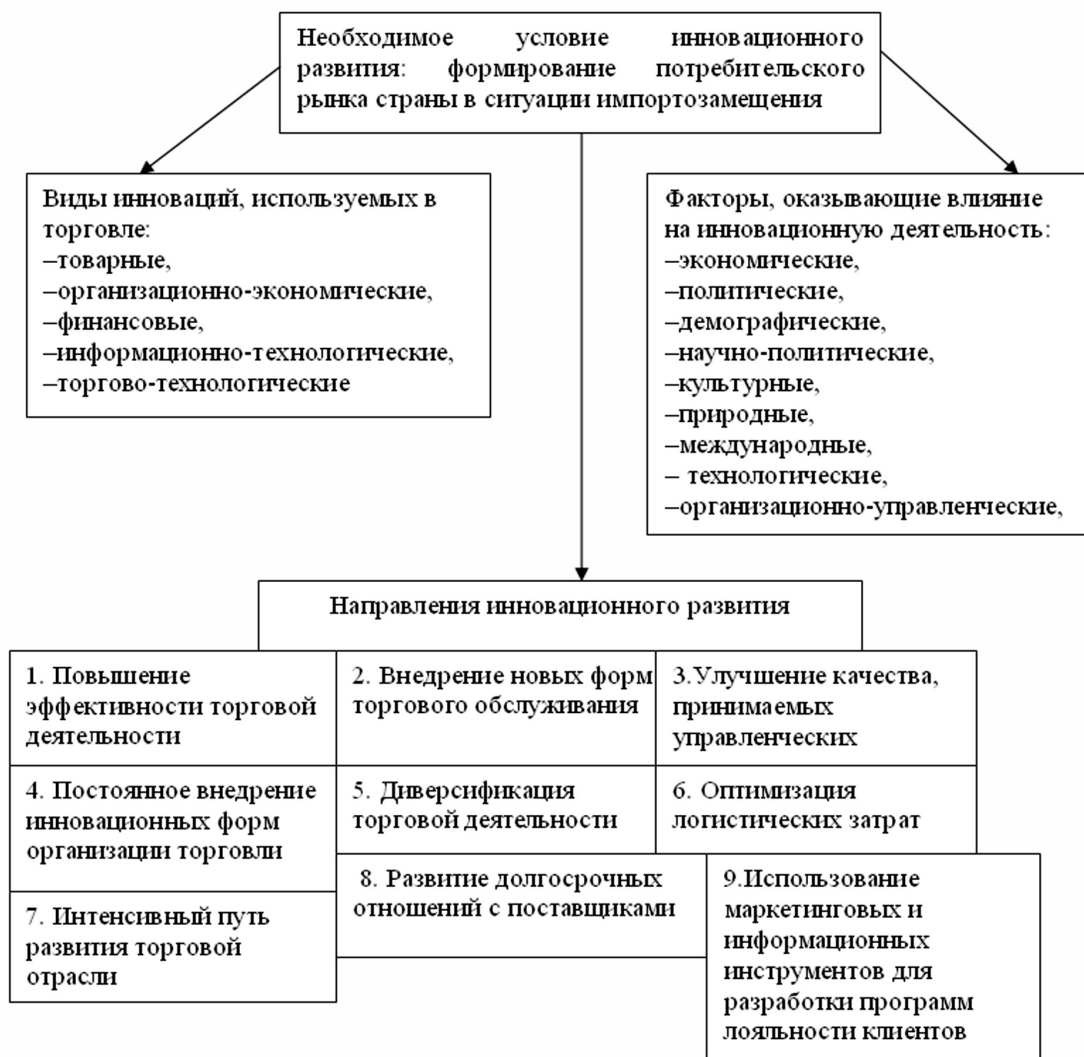


Рис. 3. Направления инновационного развития торговой отрасли [Разработан автором]

Дальнейшее развитие торговли в условиях импортозамещения возможно при условии внедрении инноваций, в первую очередь, должны внедряться те инновации, которые позволят получить экономический эффект и укрепить конкурентные позиции на рынке. [2][см. рис.3]

*Таким образом, анализируя условия функционирования торговой отрасли в ситуации импортозамещения можно сделать ряд выводов.*

1. Использование различных форм организации торговли способствует мобилизации торгового потенциала участников. В настоящее время широкое использование получили управленческие инновации: бенчмаркинг, инжиниринг, реинжиниринг, мёрджер, аутсорсинг.

2. Развитие долгосрочных отношений с поставщиками облегчает доступ к ресурсам для всех участников торгового процесса, способствует снижению логистиче-

ских затрат и росту объемов продаж товаров.

3. Внедрение инноваций в торговлю способствует притоку инвестиций, повышению конкурентоспособности торговых предприятий и увеличению занятости населения России.

4. Внедрение передовых технологий обслуживания обеспечивает более полное удовлетворение потребностей населения, освоение новых сегментов рынка, формирует лояльность покупателей и определяет целевую аудиторию.

5. Широкое использование для повышения объема продаж реализации товаров под маркой СТМ и фандрейзинговых программ.

6. Развитие научного и профессионального сотрудничества с ведущими университетами, осуществляющими подготовку в области торговли.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Красюк И. А. Научно-практические основы организации розничной торговой сети в регионах [Текст] // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 8. – С. 632–635.
2. Митина Н. Н., Шубина Е. А., Саликова Е.Ю., Инновации в торговле: характеристика, проблемы и перспективы // Экономика и социум. – 2013. – № 1. [www.iupr.ru](http://www.iupr.ru) [Электронный ресурс] (дата обращения 12.12.2014).
3. Федеральная служба государственной статистики <http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/macro/prognoz/201409261> [Электронный ресурс] (дата обращения 18.12.2014).
4. Постановление Правительства РФ от 24 сентября 2010 г. № 754 "Об утверждении Правил установления нормативов минимальной обеспеченности населения торговой площадью"
5. [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#) [Электронный ресурс] (дата обращения 20.12.2014).
6. [http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/BCRE-Bulletin/Documents/BCRE\\_Bulletin\\_8-2014.pdf](http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/BCRE-Bulletin/Documents/BCRE_Bulletin_8-2014.pdf)

© И.А. Красюк, ( [iri-krasjuk@yandex.ru](mailto:iri-krasjuk@yandex.ru) ), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,

