

ОСОБЕННОСТИ КАНАЛОВ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ СЕТЕВОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

© 2016 Е.В. Приходько*

Ключевые слова: товародвижение, канал товародвижения, розничная торговля, розничные торговые сети.

Проводится анализ теоретических положений и опыта организации каналов товародвижения в розничных торговых сетях. Определяются варианты организации товародвижения в сетевой рознице. Выявляются особенности каналов товародвижения розничных сетевых образований.

Рыночная конкурентная среда диктует необходимость формирования новых подходов к организации каналов доведения товаров из сферы производства в сферу потребления. В данной связи современный бизнес заинтересован в построении эффективных как с точки зрения затрат, так и с точки зрения удовлетворенности потребителей каналов товародвижения, позволяющих значительно снижать издержки сбыта и поддерживать устойчивое конкурентное преимущество.

Это определило актуальность исследования и его цель - развитие теоретических положений организации каналов товародвижения, что позволит определить научные и методические подходы к процессу их формирования.

В качестве объекта исследования выступают розничные торговые сети, являющиеся структурными элементами каналов товародвижения и обладающие значительной рыночной властью в силу занимаемой ими доли в каналах продвижения продукции.

Розничная торговля - это завершающая форма продажи товаров конечному потребителю. Современную розничную торговлю целесообразно рассматривать как основанную на логистических принципах торговую организацию, объединяющую в единую структуру предприятия розничной торговли, находящиеся под общим управлением¹.

Основная часть предприятий розничной торговли, функционирующих в современных условиях, организационно базируется на сетевых принципах, которые позволяют розничным торговым предприятиям управлять торговым капиталом и получать экономию от масштабов деятельности за счет эффекта опыта,

возможностей организации оптовых закупок, сокращения затрат на проведение маркетинговых мероприятий и т.д.

О масштабах сетизации розничной торговли свидетельствует тот факт, что, по данным Росстата, в 2009 г. доля сетевой розничной торговли в совокупном розничном товарообороте составляла 15%, в 2012 г. - 20%, в 2013 г. - 21,5%². Ухудшение экономической ситуации в 2014 г. повысило политические риски розницы. Однако аналитики отмечают, что процесс интенсивного роста сетевой розничной торговли будет продолжаться по той причине, что многие регионы Российской Федерации имеют крайне низкий уровень развития сетевой розницы. В Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2010-2015 годы и период до 2020 года³, утвержденной приказом Министерства промышленности и торговли РФ от 31 марта 2011 г. № 422, отмечается, что в 2015 г. доля торговых сетей в розничном товарообороте должна составлять 35-45% от совокупного объема продаж, а в 2020 г. - 55-65%.

Между торговыми сетями имеются отличия, связанные с выполняемыми ими задачами, товарооборотом, географией размещения, что предопределяет многообразие сетевых розничных образований. Традиционно розничные торговые сети классифицируют по следующим признакам (см. таблицу).

Можно выделить 5 основных факторов, способствующих развитию розничных сетей в современной России:

1) развитие логистической инфраструктуры, включая транспортную, складскую и коммуникационную, что позволит беспре-

* Приходько Екатерина Владимировна, аспирант Самарского государственного экономического университета. E-mail: pev2704@mail.ru.

Классификация розничных торговых сетей

Признак классификации	Вид сетевого формата
По территории дислокации	<ul style="list-style-type: none"> ◆ международные ◆ федеральные (национальные) ◆ региональные ◆ локальные
По охвату целевых сегментов	<ul style="list-style-type: none"> ◆ моноформатные ◆ мультиформатные
По количеству предлагаемых брендов	<ul style="list-style-type: none"> ◆ монобрендовые ◆ мультибрендовые
По форме управления	<ul style="list-style-type: none"> ◆ зависимые (корпоративные) ◆ независимые (добровольные)

пятствено перемещать торговые потоки между производителями товара и непосредственно розничными сетями;

2) развитие информационных технологий, что обеспечило управление большим ассортиментом товаров и подразделениями торговых компаний, расположенных на разных территориях;

3) механизация и автоматизация трудоемких работ, широкое применение контейнерных и пакетных систем грузовой переработки товарных потоков;

4) внедрение прогрессивных технологий обслуживания (электронизация торговых операций, автоматизация процесса продажи товаров и т.д.);

5) изменение культуры потребления. Сегодня потребители предъявляют все больше требований не только к наличию необходимых товаров, их качеству, но также к месту совершения покупки, предоставляемому сервису. Будущее розничных торговых сетей заключается в приближении на максимальном уровне к потребностям клиента, повышении удобства процедуры покупки⁴.

Следует отметить, что розничные торговые сети, располагаясь в точке непосредственного контакта с потребителем, представляют собой сложную организационно-экономическую систему, находящуюся в динамике, которая образует целостную структуру и ориентируется на эффективное обслуживание всей цепи движения товаров от производителя к потребителю⁵. Из этого следует, что торговое предприятие розничной сети является конечным элементом товародвижения, который завершает процесс кругооборота средств, вложенных в производство продукции, и создает экономическую основу для возобновления производства товаров, обеспечивает стартовые возможности для нового цик-

ла производства. С другой стороны, сетевая розничная торговля представляет собой самостоятельную сферу деятельности, связанную с хранением, транспортировкой, накоплением и управлением запасами и с продажей товаров народного потребления, что позволяет констатировать необходимость формирования собственных систем товародвижения.

Традиционно под товародвижением понимается процесс доведения товаров от производителей в сферу потребления, представляющий собой совокупность операций транспортировки и складирования, с целью максимально полного удовлетворения нужд потребителей⁶. Товародвижение применительно к розничным торговым сетям - это система доведения товаров до потребителей посредством обеспечения полноты и устойчивости ассортимента товаров, необходимого уровня товарных запасов, своевременной доставки продукции в торговые точки сети и рационально организованного процесса продаж.

В современных условиях кардинально меняется подход к планированию и управлению перемещения товарных потоков от мест производства к местам потребления. Основным рыночным требованием является высокий уровень соблюдения сроков поставки при минимизации запасов и максимальном удовлетворении рыночного спроса⁷. Специфика функционирования сетевой торговой организации накладывает отпечаток и на каналы товародвижения, по которым осуществляется движение товарных потоков к местам их реализации. Для торговых компаний характерно размещение магазинов сети в непосредственной близости с потребителем. Поэтому розничные торговые сети концентрируют свои усилия на дислокации своих торговых точек в населенных пунктах. Одновременно наличие множества поставщиков, а также сети фи-

лиалов в различных регионах требует продуманного размещения мест хранения продукции, перераспределения товарных потоков по различным региональным рынкам, и дистрибуторских складов, обслуживающих магазины сети в конкретном населенном пункте.

В данной связи, формируя каналы товародвижения, розничные сети должны учитывать следующие моменты:

- 1) особенности товарного ассортимента;
- 2) территориальную экспансию торговой сети;
- 3) направленность товарных потоков;
- 4) наличие элементов логистической инфраструктуры в определенных географических пунктах.

Специализация розничной торговой сети и работа с определенным ассортиментом продукции предъявляют особые требования к условиям и срокам хранения, скорости и режимам транспортировки, грузоподъемности привлекаемых транспортных средств, к возможностям использования определенных логистических технологий. Так, например, условия перевозки продуктов питания определяются не только типом груза, но и расстоянием. Как правило, чем на большее расстояние осуществляется транспортировка продуктов питания, тем ниже должна быть температура в кузове автомобиля.

Территориальная представленность торговой сети сопряжена с масштабом ее деятельности и используемым объектом логис-

тической инфраструктуры. Для локальных розничных сетей достаточно иметь один дистрибутивный склад, который будет обеспечивать функции снабжения торговых магазинов сети и оптовых покупателей. В этом случае также допустимо движение товарных потоков от поставщиков напрямую в розничные торговые точки по мере возникновения потребности в определенном товаре.

В розничных торговых сетях система распределения товарных потоков имеет географическую направленность. По мнению С.А. Тарана, можно выделить три основных формы конфигурации товарных потоков:

- ◆ потоки товаров, идущие от производителей или поставщиков в распределительные центры;
- ◆ потоки товаров, идущие от распределительных центров в дистрибутивные центры;
- ◆ потоки товаров, идущие от дистрибутивных центров в магазины сети или к клиентам⁸.

При этом могут возникать и другие потоки. В частности, товарный поток может следовать от поставщиков в дистрибутивные центры или даже напрямую клиенту с распределительного центра в адрес крупных клиентов и т.д.

Наиболее рациональная траектория движения товарного потока в сетевой розничной торговле предопределяет схему организации товародвижения. Основные варианты товародвижения розничных торговых предприятий отражены на рис. 1.

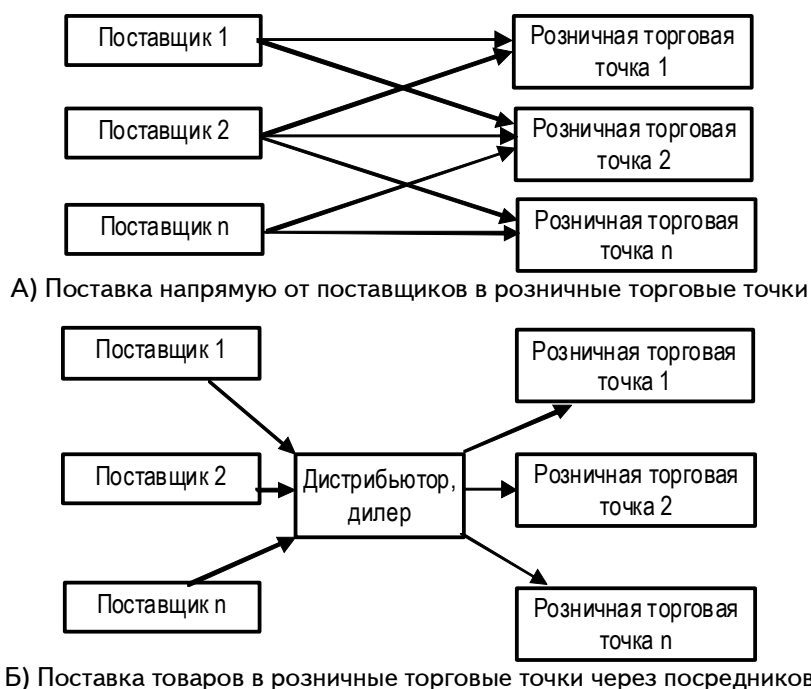
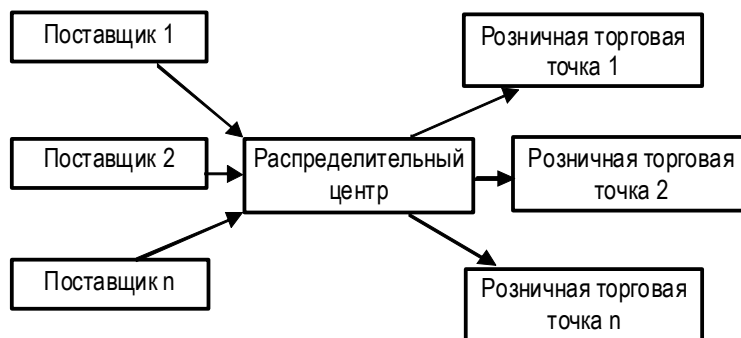


Рис. 1. Основные схемы организации товародвижения в розничной торговле (начало)



В) Поставка товара в розничные торговые точки через распределительный центр

Рис. 1. Основные схемы организации товародвижения в розничной торговле (окончание)

Источник. Бузукова Е. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / под общ. ред. С. Сысоевой. СПб. : Питер, 2010. С. 144.

Не следует забывать, что в розничной торговле, помимо прямого товарного потока, имеющего направленность от производителя товаров до их потребителей, существует еще и обратный поток, идущий от потребителя в сторону производителя. Это связано с тем, что изменение экологического климата и распространение логистической концепции общей ответственности привели к повышению чувствительности организаций, в том числе и розничных, к проблемам окружающей среды. На введение новых правовых норм и формирование запросов потребителей производители и поставщики отвечают возросшей ответ-

ственностью за товар после его продажи и за оказание послепродажной сервисной поддержки. Во многих европейских странах уже с середины 90-х гг. прошлого столетия именно поставщик или потребитель несет ответственность за возврат и ликвидацию упаковки, отходов и излишне произведенного продукта, а также за причиненный ущерб окружающей среде⁹. В качестве примера можно привести компанию Castorama, которая в каналах товародвижения предусматривает реверсивное движение потоков (рис. 2).

Таким образом, проведенный анализ каналов товародвижения розничных сетевых

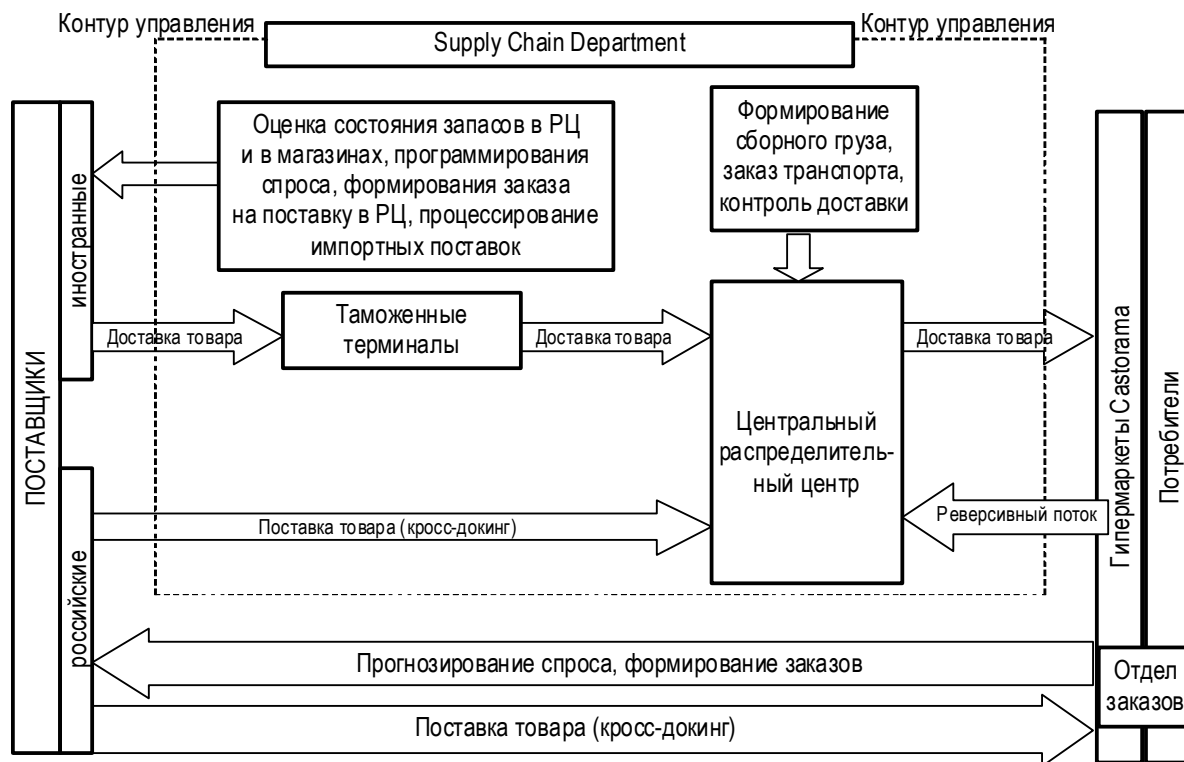


Рис. 2. Каналы товародвижения продукции в розничной торговой сети Castorama

образований позволил выявить их особенности, основными из которых являются:

1) канал товародвижения должен обеспечивать оптимальный синергетический эффект от функционирования всей системы распределения в целом, продавать максимальное количество товаров с минимальными затратами, гибко реагировать на изменения потребностей целевого сегмента рынка;

2) решающее значение в каналах товародвижения должно придаваться упорядоченности во времени всего распределительного цикла для обеспечения продукцией требуемого ассортимента в соответствующем количестве и соответствующего качества в тот момент времени, когда в ней возникает потребность;

3) канал товародвижения должен обладать определенной пространственной разветвленностью, чтобы обеспечивать максимальное покрытие территории сбыта и доставлять товар в любую точку территории функционирования розничной сети;

4) комплекс элементов товародвижения должен включать в себя транспортировку, складирование, контакты с потребителями, управление запасами;

5) каналы распределения розничной сети - это совокупность субъектов, обеспечивающих протекание потоковых процессов и имеющих отношения, представленные различными видами коммуникаций. Субъекты отношений имеют свое место в системе и выполняют имманентные функции в системе распределения.

¹ *Евтодиева Т.Е.* Условия формирования и особенности функционирования логистической сети распределения // Вестник Самарского государственного экономического университета. Самара, 2011. № 10 (84). С. 30-34.

² Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов Российской Федерации / Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#.

³ URL: <http://www.zakonprost.ru/content/base/part/727658>.

⁴ Розничная торговля в мире и в России: статистика, причины, выходы из положения / АИР. Агентство по инновациям и развитию. URL: <http://www.innoros.ru/publications/interesting/12/roznichnaya-torgovlya-v-mire-i-vrossii-statistika-prichiny-vykhody-iz-p>.

⁵ *Чкалова О.В.* Торговое дело. М. : Эсмо, 2010. С.4.

⁶ *Подольная С.И.* Особенности организации и анализа процесса товародвижения в рамках подразделений крупных торговых сетей // Молодой ученый. 2014. № 9. С. 304-307.

⁷ *Евтодиева Т.Е.* Вопросы методологии анализа системы товародвижения // European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). 2015. № 1. Т. 2. С. 80.

⁸ *Таран С.А.* Логистическая стратегия предприятия: разработка и реализация. Практические рекомендации. М. : Альфа-Пресс, 2010. С. 181.

⁹ *Евтодиева Т.Е.* Развитие организационных форм логистики : дис. ... д-ра экон. наук. Самара, 2012. С. 52.

Поступила в редакцию 14.07.2016 г.